

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis data terkait Pengaruh *Brand Communication, Brand Trust Dan Brand Satisfaction* Terhadap Pembentukan *Brand Loyalty* Produk BNB BARENBLIS dapat di Tarik kesimpulan bahwa:

- a. Variabel *Brand Communication* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* (Y), dengan demikian maka hipotesis penelitian ini terbukti.
- b. Variabel *Brand Trust* (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* (Y), dengan demikian maka hipotesis penelitian ini terbukti.
- c. Variabel *Brand Satisfaction* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* (Y) dengan demikian maka hipotesis penelitian ini terbukti.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran bagi Perusahaan di dalam membangun kepercayaan suatu merek, perusahaan perlu melakukan beberapa upaya yaitu :

- a. Mempertahankan kualitas produk serta perusahaan lebih aktif untuk melakukan kegiatan komunikasi merek terhadap konsumen dengan tujuan

- b. untuk menyebarkan informasi terkait produk sehingga dapat memancing konsumen untuk memberikan penilaian terkait produk.
- c. Tetap menjaga kinerja produk agar tetap berjalan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen.
- d. Menjaga image dari kosmetik brand BNB Barenbliss dengan melakukan promosi yang tepat yaitu dengan melibatkan remaja pada saat promosi dilaksanakan, menambah varian jenis produk dan melakukan inovasi secara berkelanjutan dengan disesuaikan pada kebutuhan dan keinginan dari konsumen.