

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Mengacu pada hasil riset yang sudah dilaksanakan, diperoleh hasil yang asalnya dari hasil uji dengan PLS untuk menguji pengaruh Pengaruh *Brand Experience*, *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty*, maka simpulan yang bisa diambil yakni:

1. *Brand Experience* berkontribusi pada *Brand Loyalty* untuk produk OPPO Find X7. Artinya, semakin baik pengalaman yang diterapkan oleh OPPO, semakin tinggi Tingkat kelayakan sebuah pengguna terhadap sebuah produk, dengan cara melakukan variasi desain pada smartphone merek Oppo. Hal ini dikarenakan produk Oppo yang ada saat ini memiliki desain yang hampir serupa meskipun berbeda serinya, sehingga variasi desain dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. *Brand Trust* berkontribusi terhadap *Brand Loyalty* untuk produk OPPO Find X7. Artinya, semakin tinggi Tingkat kepercayaan yang diterapkan oleh OPPO, yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki aspek keamanan, seperti meningkatkan respons keamanan sistem operasi yang digunakan oleh Oppo. Belakangan ini, terdapat masalah terkait kegagalan dalam memperbarui sistem keamanan, sehingga perbaikan di area ini dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan.

#### **1.2 Saran**

Sebagai implikasi hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan pengambilan keputusan yaitu dengan adanya pengalaman yang baik dan kepercayaan tinggi

maka yang harus dilakukan. Latih tim layanan pelanggan untuk memberikan layanan yang responsif, ramah, dan solutif, karena interaksi positif dapat meningkatkan persepsi merek. Selain itu, investasikan dalam sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data pelanggan, sehingga mereka merasa percaya serta aman jika data mereka tidak di salah gunakan. Ciptakan juga platform atau forum bagi pelanggan untuk berinteraksi satu sama lain dan dengan merek, yang dapat memperkuat keterikatan emosional dan loyalitas. Memotivasi konsumen guna memberi testimoni. Karena hal tersebut bisa membuat meningkatnya rasa percaya calon konsumen. Dengan fokus pada peningkatan pengalaman dan kepercayaan merek, perusahaan bisa membangun hubungan dengan konsumen yang lebih kuat. Pengalaman positif serta kredibilitas akan mendorong loyalitas, meningkatkan retensi, penjualan, dan reputasi merek. Implementasi saran-saran ini secara konsisten akan membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang.