

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Merujuk pada penelitian yang sudah dilaksanakan dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Influencer Marketing* terhadap *Brand Trust* Lafiye”, berikut merupakan kesimpulannya :

1. Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Influencer Marketing* berpengaruh secara simultan terhadap Brand Trust Lafiye.
2. Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* Lafiye.
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* Lafiye.
4. *Influencer marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* Lafiye.

5.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan pengembangan serta penyempurnaan pada variabel penelitian supaya didapatkan hasil yang lebih maksimal, disertai dengan tren feysen yang terus berkembang. Peneliti selanjutnya bisa memperluas jumlah sampel dan pendekatan metode yang berbeda, misalnya kualitatif atau menggunakan *software* berbeda misalnya Smart-PLS. Sehingga hasilnya tidak hanya didukung dengan kuantitatif tetapi juga kualitatif guna menambah pemahaman mendalam mengenai konsumen terhadap *brand* fesyen wanita. Penelitian selanjutnya

juga disarankan untuk memilih objek penelitian berbeda, misalnya dari segmen pasar atau jenis *brand* fesyennya. Sehingga diharapkan memberi tambahan wawasan menyeluruh mengenai *brand trust*.