

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa data dan pembahasan dapat disimpulkan hasil penelitian ini antara lain:

1. Hasil uji hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik.
2. Hasil uji hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik.
3. Hasil uji hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik.
4. Hasil uji hipotesis keempat dapat disimpulkan bahwa secara simultan seluruh variabel bebas citra merek, kepercayaan merek, dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya generalisasi pada subyek penelitian yang didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan pada penelitian, maka terdapat beberapa saran yang dapat direkomendasikan oleh peneliti agar menjadi masukan dan bahan pertimbangan guna perbaikan dan pengembangan bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

a. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek

Berdasarkan pada item pernyataan X_1 mengenai brosur My Salon yang tidak mudah dikenali karena mirip dengan desain brosur salon merek lain, yang harus dilakukan yaitu perusahaan diharap mendesain brosur yang lebih menampakkan karakteristik perusahaan yaitu dengan cara melihat bentuk atau desain yang unik seperti memiliki warna yang khas gerli yaitu berwarna pink sehingga lebih terlihat menarik, bentuk tulisan yang tidak umum digunakan salon-salon lainnya seperti mengubah ukuran tulisan dibuat ukuran besar untuk memperjelas, model tulisannya yang latin sehingga berbeda dengan lainnya, dan memberi logo MY Salon yang bergambarkan rambut sehingga ketika pelanggan melihat brosur tersebut dapat dengan mudah mengenali bahwa brosur tersebut adalah milik My Salon.

b. Kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek

Berdasarkan pada item pernyataan X_3 mengenai ketersediaan fasilitas My Salon, maka yang harus dilakukan perusahaan yaitu melengkapi fasilitas-fasilitas yang belum tersedia dengan cara memiliki kaca rias yang menarik

yang tidak jadul yaitu memiliki kacar rias yang modern sehingga tidak ketinggalan jaman dengan dipenuhi lampu-lampu sehingga terlihat terang dan memberikan pantulan cahaya yang menarik bagi pelanggannya, tempat duduk yang nyaman yaitu yang bisa dengan mudah di geser kesana kemari mempermudah posisi duduk dengan memberi ban roda kecil dibawahnya dan memiliki sandaran di punggungnya sehingga pelanggan bisa duduk santai dan tidak merasa capek dengan adanya sandaran tersebut. dan alat pengering yang berkualitas yaitu yang mempunyai kemampuan mengeringkan yang normal yang tidak terlalu padas dan juga tidak terlalu pelan dalam pengeringan sehingga tidak mudah merusak rambut. Itu semua dilakukan untuk menjaga kualitas dari MY Salon.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambahkan variabel bebas lain seperti inovasi merek, loyalitas peromosi dimana variabel tersebut dapat mempengaruhi loyalitas merek karena masih terdapat banyak variabel lainnya yang dapat digunakan. Selain itu juga disarankan untuk menggunakan model analisis yang berbeda.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah Alhaddad. 2015. Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. *Journal of Research in Business and Management*. Volume 3 ~ 4. pp 01-08
- Bilgihan, A. 2016. Gen Y customer Loyalty in online Shopping: An integrated model of trust, user, experience and branding. *Computers in Human Behavior*, 61, 1003-113.
- Cahyo. 2009. Analisis Pengaruh Kepercayaan Atas Merek Pada Ekuitas Merek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 9 (1)
- Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen "Implikasi pada Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Izleem Gozukara dan Nurdan Culakoglu. 2016 "A Research on Generation Y Students: Brand Innovation, Brand Trust and Brand Loyalty" *Journal of Business Management and Economic Research (IJBER)* Vol. 7, 2016, Number 603-611
- Invonne Wood. 2009. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Reset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler dan Amstong. Comparative evaluation and the relationship between quality, satisfaction, and repurchase loyalty. *Journal of the academy of marketing science*. Volume 30, No.3, page 240-249.
- Kuusik. 2007. Affecting customer loyalty. Do different factors have various influences in different loyalty levels.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Malhotra, 2009:100 .The importance of customer satisfaction in explaining brand loyalty and dealer loyalty. *Journal of marketing*, 8, 351-364
- Paul J. Peter dan Jerry C. Olson. 2007. *Consumer satisfaction as the degree to which a product or service provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment. In other words, it is the degree to which a product's performance exceeds the consumer's expectation for it.*
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- PujiWinoto. AzisFathoni. Andi Tri Haryono. 2016. Pengaruh retailer performance, sales force, dan servis quality terhadap customer trust dengan word of mouth sebagai variabel brand loyalty PT H3I Indonesia. *Journal Of Management*. Vol. 25, No2, 1-12
- Robinson, C. 1996. Asian culture. *The marketing consequences. Journal of the market research society*, 38(1), 55-63.
- Sajjad Ahmad Baig, Muhammad Zia-ur-Rehman, Saud, Ehtisham Javed, Tasneem Aslam and Ahmed Shafique. 2015. "Mediating roles of customer satisfaction and customer trust in building brand loyalty: an empirical study in Pakistan" *Business Management Dynamics* Vol. 4, 2015, Number 10, pp 01-29
- Salman Saleem and Rana Muhammad Umar. 2015. "Measuring Customer Based Beverage Brand Equity: Investigating the Relationship between Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty" *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 7, No. 1; 2015, 1918-7203.
- Srivastava (2015). Antecedents and moderators of brand trust in the context of baby care toiletries. *Journal of consumer marketing*, 32(5), 328-340.
- Surachman S.A. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: BayuMedia Publishing
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu