BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh brand image dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Watchgallery indonesia, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Brand image yang didalamnya diukur melalui 6 indikator, yaitu atribut, manfaat, nilai, pemakai, budaya, dan kepribadian. Indikator pnilai memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan atribut memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori kurang baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik.. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada indikator brand image pada Watchgallery indonesia yang masih harus dibenahi.
2. Kepercayaan konsumen yang ada di Watchgallery indonesia berada pada kategori cukup baik, terdiri dari 3 indikator yaitu integritas, kebaikan, dan opini. Indikator integritas yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indicator opini memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Secara umum semua ukuran masuk dalam kategori kurang baik, maka dari itu secara keseluruhan kepercayaan

konsumen harus dilakukan evaluasi secara mendetail agar lebih bisa berkembang

3. Dari 3 indikator loyalitas pelanggan, yaitu *say positive think, recomend friend,* dan *continue purchasing*. Indikator *say positive think* memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator *continue purchasing* memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara umum ukuran untuk loyalitas pelanggan masuk ke dalam kategori cukup baik namun perlu ditingkatkan kembali.
4. Secara parsial penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara brand image terhadap loyalitas pelanggan, dan adanya pengaruh antara kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan,hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari brand image ataupun kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Watchgallery indonesia.
5. Secara simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara brand image dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelangganhal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari brand image dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Watchgallery indonesia.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang brand image dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Watchgallery indonesia, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Penerapan brand image masih berjalan cukup baik, namun adapun hal yang disarankan untuk ditingkatkan oleh pihak Watchgallery indonesia adalah dengan tetap memperkenalkan produk yang ada melalui media sosial yang dimiliki oleh perusahaan agar mampu meningkatkan penjualan .
2. Kepercayaan konsumen yang ada pada Watchgallery indonesia masih berjalan cukup baik .Namun adapun yang disarankan oleh peneliti dengan tetap menjaga kepercayaan konsumen agar bisa membeli produk yang ada di watchgallery. Selain itu dengan meningkatkan kualitas pengiriman dan kualitas produk yang disediakan harus tetap menjadi prioritas utama perusahaan.
3. Loyalitas pelanggan di Watchgallery indonesia sudah berjalan cukup baik. Namun terdapat hal yang disarankan untuk ditingkatkan oleh pihak Watchgallery indonesia adalah dengan tetap memberikan kepuasan kepada konsumen agar bisa tetap membeli produk Watchgallery Indonesia selain itu dengan hal tersebut berkesempatan bagi perusahaan meluaskan pasar dengan cara *Word of Mouth* dari setiap konsumen ke konsumen lainnya

4. Pengaruh antara brand image dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Watchgallery indonesia bisa dibilang baik, dengan kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan perusahaan agar bisa meningkatkan penjualan produknya untuk menciptakan loyalitas pelanggan secara keseluruhan.