

Bab VI

Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *brand trust* terhadap *brand loyalty* di *Rammona Bakery* cabang Mekar Wangi.
- b. *Brand loyalty* di *Rammona Bakery* cabang Mekar Wangi dipengaruhi oleh *brand trust* sebesar 45,2% sedangkan 54,8% nya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti , misalnya *delivery service* , promo diskon siang , dan sebagainya.
- c. Hasil analisis yg lebih lanjut kepada pelanggan di *Rammona Bakery* rata-rata wanita (ibu rumah tangga) yang berusia 26-42 tahun membeli roti untuk bekal anak- anaknya , sarapan setiap pagi dan juga untuk cemilan di rumah.
- d. Rata- rata langganan yang berusia 26-42 tahun ke atas di *Rammona Bakery* , sudah pernah membeli produk *Rammona Bakery* semenjak mereka berusia belasan tahun di *Rammona Bakery* Kota Tasikmalaya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian di *Rammona Bakery* Cabang Mekar Wangi , Bandung, maka penulis menyarankan beberapa hal :

- Agar *brand Rammona Bakery* menjadi *brand* yang terlintas di benak para pelanggannya , sebaiknya sering mengadakan promo di media sosial (*facebook / instagram*) dan memperluas area penjualan dengan cara memperbanyak motor dan mobil keliling dan membuka cabang baru di *mall / area* perbelanjaan yang sering dikunjungi oleh ibu- ibu karena berdasarkan hasil penelitian target pasarnya rata-rata ibu- ibu yang berusia 26-42 tahun. Dan juga *Rammona Bakery* seharusnya menambah investasi mesin dan kalau perlu perluasan pabrik lagi agar bisa memproduksi roti dengan kuantiti yang lebih banyak mungkin menambah varian rasa roti dan perbaiki bentuk rotinya agar menarik dan bagus karena jika bentuknya menarik dan bagus konsumen lebih tertarik untuk membeli produk rotinya.
- Untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya, sebaiknya *Rammona Bakery* membuat *loyalty* program seperti pengadaan kartu anggota agar dapat mengetahui beberapa data pelanggannya misalnya no telepon , *email* dan hari ulang tahun. Jika ada yang berulang tahun akan diberikan *email / sms* ucapan selamat ulang tahun dan diberikan diskon jika berbelanja di hari ulang tahun. Dengan begitu pelanggan akan merasa spesial dan diperhatikan sehingga kemungkinan besar pelanggan akan menjadi senang dan loyal. Selain itu , bisa dibuat garansi uang kembali apabila produk yang didapat tidak *fresh / kadaluarsa* dengan begitu kepercayaan konsumen akan meningkat dan loyalitas pun akan meningkat juga.

Daftar Pustaka

Dari buku dan jurnal :

Arjun, C., Morris, & Holbrook, B. (2001). *The Chain of Effects From Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance : The Role of Brand Loyalty*, *Journal of Marketing* , 65 , 81-93.

Chatterjee, S. C., & Chaudhuri, A. (2005). *Are trusted brands important? Journal of Marketing Management*, vol. 15, no. 1, 1 – 16.

Erna, Ferrina Dewi. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Delgado-Ballester, Elena & Luis Munuera-Alema'n, Jose'. (2001). *Brand Trust in The Context of Consumer Loyalty*. *European Journal of Marketing*, 35, 11/12. Pp 1238-1253.

Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.

Gaffar, Vanessa. (2007). *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hermawan, Asep. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Hlm. 119. Jakarta : PT. Grasindo.

Kuzgun, Ebru. (2012). *Brand Loyalty's Impact on Customer Engagement in Virtual Brand Communities – by the case of Turkish Market*. *Master Thesis Copenhagen Business School*

Malhotra, Naresh. (2009). *Riset Pemasaran- Pendekatan Terapan*. Edisi keempat. Jilid satu: Hlm. 136-213. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.

Sekaran, Uma. (2010). *Research Method For Bussiness : A Skill Building Approach*. West Sussex : John Willey.

Silalahi, Ulber. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Unpar Press.

Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Hlm. 265. Bandung : Refika Aditama.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Qualitative and Quantitative Research Methods)*. Hlm. 61. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Hlm. 80-82. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Upamannyu, Gulati, & Mathur (2014). *Effect of Brand Trust, Brand Image on Customer Brand Loyalty in Fmeg Sector at Gwalior Region*

Yamin , S & Kurniawan, H. (2009). *SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta : Salemba Infotek.

Yoo, B., and Donthu, N. (2000). *Testing Cross-Cultural Invariance of the Brand Equity Creation Process*. Journal of Product & Brand Management. Vol. 11 No.6, 2002.

Sukaatmadja, I. P. G. dan Jawas, A. (2012). Analisis Ekuitas Merek Produk Waterbased Finising Izykote (Kasus di Kabupaten Gianyar). *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*. 6 (2), 150-159.

Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek (Seri Manajemen Merek 01)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

Dari internet :

“*Consumer Trust In Brand*”, www.britishbrandsgroup.org.uk diakses pada tanggal 26 November 2016

Giddens, N., and Hofmann, A. (2002). *Brand Loyalty*. Dari <http://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/pdf/c5-54.pdf> diakses pada 14 Juni 2017

<http://digilib.unila.ac.id/7280/17/BAB%20III.pdf> diakses tanggal 12 November 2016

<http://teknikelektronika.com/pengertian-analisis-korelasi-sederhana-rumus-pearson/> diakses pada tanggal 12 November 2016

<https://pemasaranglobalm2b.wordpress.com/pemasaran/tentang-pemasaran-global/> diakses pada tanggal 30 Januari 2017

<http://globallavebookx.blogspot.co.id/2014/07/pengertian-job-description-menurut-para.html> diakses pada tanggal 6 Februari 2017

<http://bisnis.liputan6.com/read/2123566/pertumbuhan-omzet-industri-roti-di-atas-10> diakses pada tanggal 6 Februari 2017

<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3147/Bab%202.pdf?sequence=7> diakses pada tanggal 6 Februari 2017