

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV dapat disimpulkan bahwa :

1. *Service quality* signifikan mempengaruhi *brand trust* konsumen pada saat memilih merek Tegar *Collection* dalam membeli pakaian seragam sekolah di Kota Payakumbuh dan Kecamatan Akabiluru. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai T hitung (15,195049) > T tabel (1,65909). Korelasinya adalah positif, dimana semakin besar *service quality* yang dirasakan konsumen Tegar *Collection* maka juga akan semakin besar juga tingkat *brand trust* yang dirasakan konsumen dalam memilih merek tersebut.
2. *Perceived quality* signifikan mempengaruhi *customer satisfaction* konsumen pada saat memilih merek Tegar *Collection* dalam membeli pakaian seragam sekolah di Kota Payakumbuh dan Kecamatan Akabiluru. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai T hitung (7,635347) > T tabel (1,65909). Korelasinya adalah positif, dimana semakin besar *perceived quality* konsumen Tegar *Collection* maka juga akan semakin besar tingkat *customer satisfaction* dalam memilih merek tersebut.
3. *Brand trust* signifikan mempengaruhi *brand loyalty* konsumen pada saat memilih Tegar *Collection* dalam membeli pakaian seragam sekolah di Kota Payakumbuh dan Kecamatan Akabiluru. Hal tersebut dapat terlihat pada nilai T hitung

(5,029483) > T tabel (1,65909). Korelasinya adalah positif, dimana semakin besar *brand trust* yang dirasakan konsumen Tegar Collection maka akan semakin besar juga tingkat *brand loyalty* konsumen dalam memilih merek tersebut.

4. *Customer satisfaction* signifikan mempengaruhi *brand loyalty* yang dirasakan konsumen pada saat memilih merek Tegar Collection dalam membeli pakaian seragam sekolah di Kota Payakumbuh dan Kecamatan Akabiluru. Hal tersebut dapat terlihat pada nilai T hitung (2,629470) > T tabel (1,65909). Korelasinya adalah positif, dimana semakin besar *customer satisfaction* yang dirasakan maka akan semakin besar juga tingkat *brand loyalty* konsumen dalam memilih merek tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan *service quality* kepada konsumen dalam membangun *brand trust*, begitu juga dengan *perceived quality* yang perlu terus dikembangkan agar merek dapat terus menghasilkan produk yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen dalam membentuk *customer satisfaction*. Oleh sebab itu dengan terus membangun *brand trust* dan menciptakan *customer satisfaction* akan menjadikan merek sebagai pilihan pertama konsumen dalam membeli produk, disamping itu kesetiaan konsumen terhadap merek akan semakin meningkat sehingga konsumen juga akan merekomendasikan merek kepada orang lain, maka kedua hal tersebut menjadi sarana yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan *brand loyalty*.

1.2. Implikasi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa implikasi penting bagi peningkatan loyalitas konsumen terhadap merek Tegar *Collection*. Sebagaimana dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan, kualitas yang dirasakan terhadap produk, kepercayaan terhadap merek, dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen terhadap merek Tegar *Collection*.

Namun dalam penelitian ini ditemukan bahwa beberapa orang responden berpendapat bahwa mereka memang menjadikan Tegar *Collection* sebagai pilihan pertama dalam memilih pakaian seragam sekolah, namun dalam beberapa kondisi tertentu saat Tegar *Collection* sedang kehabisan stock produk yang tersedia pada saat konsumen ingin membelinya akan memungkinkan konsumen untuk mencari produk tersebut pada toko lain terutama saat produk tersebut dibutuhkan dalam waktu yang dekat. Hal tersebut perlu diperhatikan karna perusahaan dapat terancam akan kehilangan pelanggannya jika konsumen terus beralih pada produk yang tersedia di toko lain. Oleh karena itu dalam hal ini Tegar *Collection* perlu memperhatikan kegiatan produksinya agar ketersediaan produk di setiap tokonya dapat dikelola dengan baik. Terutama pada saat libur tahun ajaran baru, sangat penting bagi Tegar *Collection* untuk meningkatkan produksi dan memperkirakan jumlah persediaan optimal pada waktu tersebut, karna akan terjadi peningkatan penjualan yang jauh lebih besar dari hari biasanya. Dengan adanya ketersediaan produk tersebut maka dapat memperkecil kemungkinan bagi pelanggan yang sudah loyal untuk beralih membeli merek lain saat memenuhi kebutuhan mereka.

1.3. Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan maupun kelemahan dalam penelitian ini. Keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi perbaikan bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Lokasi penelitian hanya difokuskan pada wilayah Payakumbuh dan Kecamatan Akabiluru. Oleh karena itu penelitian hanya bisa diimplikasikan di Kota Payakumbuh dan Kecamatan Akabiluru. Jika penelitian ini dilakukan di daerah lain maka belum tentu akan didapatkan hasil yang sama dengan penelitian ini karena mengingat kondisi demografis dan geografis konsumen.
2. Dalam penelitian ini responden yang diambil hanya dalam skala kecil yaitu 110 orang responden yang pernah berbelanja di *Tegar Collection* untuk membeli pakaian seragam sekolah.

1.4. Saran

Hasil dari penelitian ini agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang dirasakan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak *Tegar Collection*
 - a. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam dunia perdagangan saat ini maka loyalitas konsumen terhadap merek merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Oleh sebab itu *Tegar Collection* sebaiknya terus melakukan

peningkatan terhadap *service quality* dan *perceived quality* agar konsumen semakin percaya dan merasa semakin puas dengan merek sehingga konsumen akan terus setia untuk menjadikan Tegar *Collection* sebagai pilihan pertama dalam membeli pakaian seragam sekolah.

- b. Sebaiknya Tegar *Collection* dapat meningkatkan jumlah produksi terutama pada saat tahun ajaran baru dimana akan terjadi peningkatan permintaan konsumen terhadap seragam sekolah dibandingkan dengan hari-hari biasanya, hal ini akan sangat berguna untuk meminimalisir kemungkinan berpindahya konsumen pada produk lain yang dapat menyebabkan menurunnya loyalitas konsumen di masa yang akan datang.
- c. Sebaiknya untuk memperluas pasarnya Tegar *Collection* tidak hanya membuka cabang di Kota Payakumbuh saja untuk wilayah Sumatra Barat. Melihat keberhasilan yang sudah dicapai hingga saat ini sebaiknya Tegar *Collection* juga dapat membuka cabang di kota-kota lainnya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di wilayah yang berbeda atau dengan objek yang berbeda dari yang telah dikaji dalam penelitian ini sehingga dapat diperoleh perbandingan seberapa besar peran faktor-faktor yang mempengaruhi *brand loyalty* pada wilayah atau objek tersebut.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel lain yang akan mempengaruhi *brand loyalty*, agar dapat memperoleh wawasan lebih luas tentang *brand loyalty* yang selalu menjadi isu penting bagi perusahaan.