

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu program *SPSS 15.0 For Windows*, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang Indomie di Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand trust* berpengaruh secara negatif terhadap minat beli ulang Indomie di Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand loyalty* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang Indomie di Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.
4. Berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} 96,280 > F_{tabel} 2,70$  yang berarti bahwa secara simultan seluruh variabel bebas yang terdiri dari *brand image*, *brand trust* dan *brand loyalty* berpengaruh terhadap minat beli ulang Indomie di Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.

#### **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan simpulan yang diperoleh setelah pengolahan data-data maka peneliti memberikan rekomendasi yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. sebagai produsen mie instan

Indomie serta bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama. Adapun rekomendasi yang bisa peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. harus mampu memberikan *brand image* yang baik terus menerus kepada konsumen dan *brand image* Indomie yang sudah baik selama ini harus tetap dipertahankan bahkan ditingkatkan. Salah satu cara meningkatkan *brand image* yang baik adalah dengan membuat iklan semenarik mungkin yang membentuk persepsi positif dan melekat dipikiran konsumen.
2. Menurunkan *brand trust* Indomie yang negatif dengan tujuan agar keyakinan konsumen terhadap merek Indomie mampu memenuhi nilai yang diharapkan sehingga konsumen yakin bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen dan aman untuk dikonsumsi. Untuk menurunkan *brand trust* yang negatif dibutuhkan program sosialisasi dan edukasi menggunakan media cetak dan elektronik.
3. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. harus bisa menciptakan *brand loyalty* yang baik sehingga konsumen loyalitas terhadap merek dan membentuk minat beli ulang. *Brand loyalty* dapat dibentuk dengan memberikan kepuasan yang memenuhi nilai-nilai yang diinginkan konsumen seperti meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.