

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang di dapatkan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Loyalitas Merek terhadap *Brand Community* Xiaomi” adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka dapat disimpulkan bahwa dari sebanyak 100 responden terdiri dari Laki-Laki 45 orang dan Perempuan 55 orang. Yang merupakan responden dari penelitian ini yaitu komunitas MiFans Jakarta.
2. Hasil uji korelasi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat yaitu (0,809) antara Loyalitas Merek (variabel X) dengan *Brand Community* (variabel Y).
3. Hasil analisis regresi menggunakan SPSS versi 21 menunjukkan bahwa Loyalitas Merek terhadap *Brand Community* memiliki hubungan yang positif dan signifikan. (nilai signifikansi kurang dari 0,10 atau tingkat kesalahan)
4. Hasil analisis koefisien determinasi yang di dapat menggunakan SPSS versi 21, terdapat nilai r^2 0,655 artinya Loyalitas Merek terhadap *Brand Community* Xiaomi mempunyai kontribusi sebesar 65,5%, sedangkan sisanya sebesar 34,5% disebabkan oleh faktor lain.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Loyalitas Merek terhadap *Brand Community* (Survey terhadap Komunitas Mifans Jakarta) melalui uji hipotesis yaitu 13.645, yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan hasilnya H_0 ditolak dan H_a diterima.

V.2 Saran

Pada bagian ini penulis menguraikan beberapa saran yang di rasa perlu untuk penelitian selanjutnya. Dan beberapa saran itu adalah:

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi (uji pengaruh) antara Loyalitas Merek dengan *Brand Community*, masuk dalam kategori yang sangat kuat. Hal ini menandakan bahwa Loyalitas Merek itu di perlukan dalam bergabung di komunitas Xiaomi tersebut. Menurut peneliti, hal tersebut harus dipertahankan oleh pihak Xiaomi dengan cara menarik perhatian, memberikan promosi-promosi atau memberikan apa yang di inginkan konsumen. demi kelangsungan hidup perusahaan dalam terus menarik perhatian konsumen untuk bergabung di komunitas dan mempertahankan kelayalan.
2. Karena Xiaomi ini jarang sekali mengiklankan produknya, lebih baik pihak Xiaomi dapat menambah rekan media partner untuk menjalin kerjasama yang menguntungkan untuk menarik perhatian konsumennya, ataupun menambah anggota MiFans.
3. Pihak Xiaomi harus berkomitmen dengan Komunitasnya dengan memberikan upgrade atau memberikan sesuatu yang lebih agar komunitas ini tetap loyal demi kemajuan perusahaan.
4. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan bisa menjadi suatu referensi bagi para peneliti atau mahasiswa/i diperguruan tinggi lainnya dalam menyusun tugas akhir skripsi.