

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan analisis demografis menunjukkan bahwa mayoritas konsumen dari Aerostreet adalah pada rentan usia 21 – 30 tahun dengan jumlah 73 responden.
2. Secara simultan dari dari pengolahan data dengan jumlah 73 responden menunjukkan bahwa nilai uji F menunjukkan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal tersebut menunjukkan secara Simultan variabel *Social Media Marketing* (X1) dan *brand equity* (X2) terhadap *brand loyalty* (Y) berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Nilai signifikansi Uji t dari masing-masing variabel menunjukkan nilai $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing variabel yaitu *social media marketing* dan *brand equity* berpengaruh terhadap *brand loyalty*. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* dan *brand equity* meningkat maka *brand loyalty* meningkat.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan statistik deskriptif pada masing-masing variabel Dimana ditunjukkan dengan nilai signifikansi Uji t masing-masing $0,000 < 0,05$. Secara parsial variabel *Social Media Marketing* (X1) dan *brand equity* (X2) terhadap *brand loyalty* (Y) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jika *Social Media Marketing* dan *brand equity* meningkat maka *brand loyalty* meningkat. Sedangkan pada uji F menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan secara simultan bahwa *social media marketing* dan *brand equity* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *brand loyalty*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pihak Aerostreet dan pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi Aerostreet perlunya meningkatkan *Social Media Marketing* dan *Brand equity* agar *brand loyalty* juga meningkat.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian.