

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen-merek berpengaruh signifikan secara serempak dan parsial terhadap kepercayaan merek.
2. Karakteristik merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek
3. Karakteristik perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek.
4. Karakteristik konsumen-merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek.
5. Karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen-merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek.
6. Kepercayaan merek secara parsial berpengaruh langsung terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang mungkin dapat diberikan dan bermanfaat adalah :

Bagi Nevada hendaknya memprioritaskan karakteristik merek-konsumen karena terbukti berpengaruh dominan terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek. Langkah yang dilakukan adalah mengembangkan dan meningkatkan inovasi produk t-shirt agar selalu disesuaikan dengan citra diri masyarakat di Yogyakarta serta mengikuti trend yang sedang berkembang. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun komunikasi yang baik antara perusahaan dengan konsumen, sehingga perusahaan akan mengetahui harapan-harapan konsumen terhadap sebuah produk t-shirt masa depan.

Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian yang sama dengan menggunakan sampel yang lebih besar yaitu minimal adalah 5 kali dari jumlah indikatornya (31) yaitu sebesar 155 responden dan menggunakan metode analisis yang lebih sederhana misalnya dengan Analisis Regresi Linier Sederhana dan Analisis Regresi Linier Berganda. Selain itu obyek penelitian dapat dilakukan untuk merek lainnya, sehingga hasil kesimpulan yang diperoleh akan dapat memberikan dukungan pada hasil penelitian ini