

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan memberikan rekomendasi mengenai analisis pengaruh kepercayaan merek dan citra merek terhadap *brand switching* merek *fashion* H&M ke merek *fashion* Erigo pada Generasi Z. Dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang pernah melakukan perpindahan merek dari merek *fashion* H&M ke merek *fashion* Erigo pada Generasi Z Kota Semarang, uji penelitian menggunakan software SPSS 29.0.

5.1 Simpulan

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian mendapatkan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh dengan *brand switching* merek *fashion* H&M ke *fashion* Erigo, sehingga dapat terus meningkatkan pada terjadinya *brand switching*, yang membuktikan bahwa responden memiliki pengaruh untuk berpindah merek dengan kepercayaan yang tumbuh dalam benak konsumen pada merek yang telah dipilihnya yang menjadi pengaruh dalam melakukan perpindahan merek, terutama perpindahan pada merek *fashion* H&M ke *fashion* Erigo. Pada penelitian ini, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan merek dan *brand switching*. Hal ini dapat meningkatkan untuk melakukan perpindahan merek.
2. Hasil penelitian mendapatkan bahwa citra merek memiliki pengaruh dengan *brand switching* merek *fashion* H&M ke *fashion* Erigo, sehingga dapat terus

meningkatkan pada terjadinya *brand switching*, yang membuktikan bahwa responden memiliki pengaruh untuk berpindah merek dengan persepsi citra merek yang menjadi pengaruh utamanya dalam melakukan perpindahan merek H&M ke Erigo. Pada penelitian ini, memiliki pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan *brand switching*. Hal ini dapat meningkatkan untuk melakukan perpindahan merek.

5.2 Saran

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di atas, bagi penelitian mendatang menggunakan variabel yang lebih baru di luar variabel-variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di atas, bagi penelitian mendatang dapat memperbesar jumlah sampel yang lebih dari penelitian ini pada penelitian mendatang, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif.
3. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di atas, bagi penelitian mendatang dapat memperluas populasi yang lebih luas dari penelitian ini, sehingga dapat memperoleh populasi yang beragam dari semua kalangan.