BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan teori, hasil penelitian, dan pengujian mengenai pengaruh Analisis *Brand Image* dan *Brand Love* terhadap *Customer Brand Engagement* (Survei pada Komunitas Compass di Kota Bandung)" sebagai berikut :

1. *Brand Image* pada dimensi *Favorability of Brand Association* memiliki urutan pertama *Strength of Brand Association* urutan kedua yaitu *Favorability of Brand Association* sebesar dan urutan ketiga yaitu *Uniqueness of brand associations* sedangkan *Brand Love* urutan pertama yaitu *Positive evaluation of brand,* urutan kedua *Declarations of love,* urutan ketiga *Brand Attacment,* dan urutan keempat *Passion of brands dan Positive emotion of brands* sedangkan *Customer Brand Engagement* urutan pertama *Behavioral attachment,* urutan kedua Attitudinal attachment dan urutan *ketiga Cognitive Attachment*.
2. *Brand Image* berpengaruh terhadap *Customer Brand Engagement* pada Produk Lokal Sepatu Compass Komunitas Compass di Kota Bandung dilihat dari hasil AMOS yang menunjukan hasil *Brand Image* Terhadap *Customer Brand Engagement* sebesar 5.315 sehingga lebih besar dari 1,976 (>1,967) yang membuktikan bahwa terdapat korelasi atau pengaruh positif antara Brand Image Terhadap *Customer Brand Engagement* serta signifikan dilihat dari perolehan nilai P yang menunjukkan tanda (*) yang berarti signifikan. H1= H0 ditolak, H1 diterima .
3. *Brand Love* berpangaruh terhadap *Customer Brand Engagement* pada Produk Lokal Sepatu Compass Komunitas Compass di Kota Bandung Dilihat dari hasil AMOS nilai C.R. dari pengaruh *Brand Love* Terhadap *Customer Brand Engagement* sebesar 4.357 sehingga lebih besar dari 1,976 (>1,967) yang membuktikan bahwa terdapat korelasi atau pengaruh positif antara *Brand Love*

Fajar Gumelar Maulana, 2022
ANALISIS BRAND IMAGE DAN BRAND LOVE TERHADAP CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT PADA PRODUK LOKAL SEPATU COMPASS
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Terhadap *Customer Brand Engagement* serta signifikan dilihat dari perolehan nilai P yang menunjukkan tanda (*) yang berarti signifikan. H1= H0 ditolak, H1 diterima.

1.2 Saran

1.2.1 Bagi Perusahaan

1. Menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *customer brand engagement.*

2. Menambahkan Sampel Penelitian.

3. Mencari objek penelitian lain produk sepatu Lokal selain sepatu Compass.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. *Brand Image* perlu diperbaiki yaitu kualitas bahan produk dimana perusahaan Compass perlu memikirkan bagaimana kualitas produk sepatu mereka lebih baik dibandingkan dengan sepatu local lainnya bisa dari segi bahan yang akan digunakan untuk pembuatan sepatu dan juga desainnya sedangkan dari popularitas untuk menjangkau para konsumen sebaiknya sepatu compass lebih sering mengiklaknkan produk mereka atau menjual di beberapa store yang ada di seluruh Indonesia agar konsumen tahu mengenai merek sepatu compass.
2. *Brand Love* perlu diperbaiki yaitu tingkat keinginan konsumen untuk membeli produk sepatu compass masih kurang, bisa jadi faktor kurangnya popular menjadi penghambat, perusahaan harus membuat ide agar konsumen membeli sepatu compass dengan cara menonjolkan kelebihan sepatu compass dibandingkan dengan produk lainnya. Ketertarikan memebeli leboh dari satu sepatu compass perusahaan perlu menambah desain baru agar konsumen lebih tertarik untuk membeli dua bahkan lebih sepatu compass atau memberikan gift jika membeli lebih dari satu sepatu compass.Kecepatan pelayanan menajdi hal yang sangat penting, perusahaan perlu membenahi alur pelayanan agara tidak

terjadi kekecewaan terhadap konsumen karena barang yang mereka terima tidak tepat waktu dan yang terakhir rasa suka dimana perusahaan harus meyakinkan konsumen bahwa produk yang dikeluarkan compass itu memiliki keunggulan yang lebih dibandingkan dengan produk yang lainnya sehingga aka nada rasa suka dan konsumen mau membeli produk tersebut.

3. Pada *Customer Brand Engagement* perlu diperbaiki Keunggulan produk pun harus diperhatikan melihat banyak sekali produk sepatu *local* yang bermunculan perusahaan harus membuat ide yang menarik yang bisa memikat konsumen seperti bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik dan lain sebagainnya serta yang terakhir kualitas web dan aplikasi yang perlu ditingkatkan perusahaan harus membuat hal yang menarik di dalam website dan aplikasi tersebut misalnya pada website membuat tampilan nya lebih kekinian sedangan dari aplikasi mungkin bisa dibuat beberapa *games* yang nantinya aka nada *give away* sepatu compass.