

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa hasil yang diperoleh dari pengujian CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) melalui aplikasi komputer *SmartPLS* 3.0 dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini terdapat dua faktor utama yang diturunkan oleh kapital sosial. Dimana faktor-faktor yang terdiri dari faktor yang pertama adalah Interaksi (*interaction*), faktor yang kedua adalah kepercayaan (*trust*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Interaksi dan juga Kepercayaan merupakan faktor-faktor yang menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak mempengaruhi Komitmen *Brand* pada zaman milenial atau generasi Y pada pengguna *smartphone* yang ada di Kota Batam. Jadi Interaksi dan Kepercayaan signifikan terhadap Komitmen *Brand* sebagai faktor yang ada tidak mempengaruhi terhadap Komitmen *Brand* pada pengguna *smartphone* di Kota Batam.

5.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengambil lebih banyak sampel sehingga dapat meneliti lebih akurat. Dan disarankan untuk menambah variabel lain yang mungkin dapat juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini, khususnya *brand*.
2. Bagi perusahaan ataupun organisasi, dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dalam mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi komitmen *brand* pada pengguna *smartphone*, khususnya daerah Kota Batam untuk pencapaian tujuan organisasi ataupun perusahaan pada faktor dari variabel Interaksi (*Interaction*) dan Kepercayaan (*Trust*).