

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kepercayaan, komitmen, kualitas produk, Harga dan inovasi produk terhadap loyalitas pengguna *smartphone* samsung di Bumiayu. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna produk Samsung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *brand image* suatu produk yang dirasakan oleh konsumen, maka konsumen akan semakin yakin untuk loyal menggunakan *smartphone* Samsung.
2. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna produk Samsung. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis yang ingin mempertahankan pelanggan dengan baik, akan terus memperhatikan kebutuhan dari pelanggannya untuk membentuk kepercayaan konsumen. Namun, sangat mungkin bahwa pemenuhan tersebut tidak sejalan antara produk yang dibenahi oleh perusahaan dengan kebutuhan dan ekspektasi yang diinginkan pelanggan. Sehingga hasil tersebut menyebabkan kepercayaan tidak mempengaruhi loyalitas pengguna.
3. Komitmen tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna produk Samsung. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki loyalitas bukan hanya didasarkan pada komitmen saja, melainkan ada yang berdasarkan hubungan emosional dan psikologis dengan merek

tertentu, sehingga membuat konsumen kurang berkomitmen terhadap produk dari Samsung.

4. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna produk Samsung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas dari suatu produk yang dirasakan oleh konsumen, maka konsumen akan semakin yakin untuk loyal menggunakan *smartphone* Samsung.
5. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna produk samsung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga dari suatu produk yang dirasakan oleh konsumen, maka konsumen akan semakin yakin untuk loyal menggunakan *smartphone* Samsung.
6. Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna produk Samsung. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang tidak sesuai dengan prefrensi pelanggan dapat menjadikan alasan pelanggan untuk tidak loyal terhadap merek Samsung. Penting untuk diingat oleh perusahaan bahwa inovasi harus diimplementasikan dengan bijak, sesuai kebutuhan dan dipahami baik oleh pelanggan agar tidak merusak loyalitas yang sudah ada.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis dapat menyampaikan beberapa saran atau rekomendasi yaitu sebagai berikut:

1. **Bagi Perusahaan Samsung**

a. *Brand image*

Perusahaan Samsung hendaknya memperkuat dan meningkatkan *brand image* dengan cara menawarkan produk yang berkualitas, layanan pelanggan yang bagus, *storytelling* merek yang mengena di hati pelanggan serta memperhatikan umpan balik dari pelanggan. Apabila produk telah di citrakan dengan baik, maka pelanggan semakin mempersepsikan positif produknya. Sehingga pelanggan akan loyal terhadap produk dari perusahaan.

b. **Kepercayaan**

Perusahaan Samsung hendaknya membangun kepercayaan pelanggan yang baik dengan cara memberikan kualitas produk yang semakin baik, pengujian dan sertifikasi atau garansi produk, dukungan pelanggan yang baik serta jaminan kepuasan. Apabila produk telah dipercaya oleh pelanggan, maka pelanggan semakin memiliki keyakinan yang kuat terhadap produk dari perusahaan.

c. **Komitmen**

Perusahaan Samsung hendaknya membangun komitmen pelanggan dengan cara memberikan perhatian khusus secara terus menerus terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan serta dedikasi untuk memberikan pengalaman yang luar biasa. Apabila pelanggan telah memiliki komitmen yang baik, maka produk dari perusahaan semakin diminati sehingga loyalitas pelanggan meningkat.

d. Kualitas Produk

Perusahaan Samsung hendaknya selalu meningkatkan kualitas produknya dengan cara melakukan penelitian dan pengembangan berkelanjutan, menggunakan bahan baku yang berkualitas serta pengujian dan sertifikasi menyeluruh sebelum memasarkannya. Apabila kualitas produk sudah baik, maka pelanggan akan tetap menggunakan produk dari Samsung.

e. Harga

Perusahaan Samsung hendaknya menerapkan strategi penetapan harga yang tepat seperti menetapkan harga yang dinamis dan menyesuaikan kondisi pasar, kebijakan harga yang jelas, serta banyaknya promo dan diskon agar dapat mempertahankan konsumennya. Apabila harga produk sudah sesuai dengan kebutuhan, maka pelanggan akan tetap menggunakan produk dari Samsung.

f. Inovasi Produk

Perusahaan Samsung hendaknya membangun inovasi produk yang tidak monoton seperti adanya kolaborasi produk dengan beberapa influencer yang mewakili nilai dari produk Samsung serta monitoring umpan balik pelanggan. Apabila inovasi tersampaikan dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, maka pelanggan akan tetap setia menggunakan produk *smartphone* dari Samsung.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menerapkan variabel mediasi agar dapat memperjelas apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, dan juga penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel penelitian yang masih belum diteliti pada penelitian ini. Agar populasi dengan karakteristik yang berbeda sehingga dapat memaparkan penelitian baru.