

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* iPhone, maka diperoleh sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* iPhone. Hasil dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,964 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1,98498 dan didukung dengan nilai signifikansi 0,004 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga variabel kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* iPhone. Hasil dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7.687 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1,98498 dan didukung dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* iPhone. Hasil dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8.454 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1,98498 dan didukung dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil

dari 0,05 atau 5%. Sehingga variabel citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Di sisi lain hasil penelitian pada analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang harus diperhatikan. Beberapa indikator atau item pernyataan terdapat respon konsumen yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki, yakni:

### **1. Variabel Kepercayaan**

Variabel kepercayaan pada penelitian ini memiliki tiga dimensi yaitu integritas, kompetensi perusahaan, dan kebajikan perusahaan. Secara keseluruhan variabel kepercayaan dinilai sangat baik oleh pelanggan sebesar 4.33. Namun terdapat beberapa pernyataan dalam dimensi kebajikan perusahaan yang harus ditingkatkan sebagai berikut:

#### ➤ Dimensi Kebajikan Perusahaan

Pada dimensi kebajikan perusahaan terdapat dua pernyataan, namun di antara pernyataan lainnya yang dinilai sangat baik, terdapat satu pernyataan yang memiliki nilai terendah sebesar 4.20 yaitu mengenai perusahaan *Apple* selalu memberikan yang terbaik bagi penggunaannya. Pernyataan tersebut harus ditingkatkan, hal yang harus dilakukan adalah:

1. Perusahaan *Apple* harus menyampaikan pesan atau iklan lebih eksklusif kepada pelanggan dan nantinya akan berdampak kepada pelanggan yang merasa yakin bahwa perusahaan selalu memberikan yang terbaik bagi para pengguna *smartphone* iPhone.
2. Perusahaan mempertahankan kualitas produk iPhone yang sudah dipercayai oleh banyak masyarakat, bahwa iPhone memiliki kualitas bagus dibanding pesaingnya. Dengan begitu perusahaan dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan dengan baik dan pelanggan tidak merasa kecewa terhadap produk iPhone yang sudah dipercayai sebagai produk yang berkualitas.

## **2. Variabel Kepuasan Pelanggan**

Variabel kepuasan pelanggan pada penelitian ini memiliki empat dimensi yaitu konfirmasi harapan, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Secara keseluruhan variabel kepuasan pelanggan dinilai sangat baik oleh pelanggan sebesar 4.34. Namun terdapat beberapa pernyataan dalam dimensi kualitas pelayanan yang harus ditingkatkan, berikut adalah indikator yang harus diperbaiki:

➤ Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada dimensi kualitas pelayanan terdapat dua pernyataan, namun di antara pernyataan lainnya yang dinilai sangat baik terdapat satu pernyataan yang memiliki nilai terendah sebesar 4.20 yaitu mengenai *Apple* memberikan garansi yang baik. Pernyataan tersebut harus ditingkatkan, hal yang harus dilakukan adalah:

1. Perusahaan memperbanyak distributor resmi khususnya di Indonesia, agar pelanggan yang membeli atau menggunakan iPhone mendapat garansi yang resmi.
2. Memberikan kemudahan kepada pengguna *smartphone* iPhone yang ingin melakukan klaim garansi. Pelanggan bisa menghubungi pusat resmi perbaikan iPhone dan juga bisa melalui *email*, sosial media, maupun melalui *call center* yang siap melayani keluhan pelanggan kapanpun. Dengan begitu pelanggan merasa puas dengan garansi yang diberikan.

### 3. Variabel Citra Merek

Variabel citra merek pada penelitian ini memiliki empat dimensi yaitu tiga dimensi yaitu atribut, benefit, dan sikap merek. Secara keseluruhan variabel citra merek dinilai sangat baik oleh pelanggan sebesar 4.39. Namun terdapat beberapa pernyataan dalam dimensi atribut harus ditingkatkan, berikut adalah indikator yang harus diperbaiki:

➤ Dimensi Atribut

Pada dimensi atribut terdapat empat pernyataan, namun di antara pernyataan lainnya yang dinilai sangat baik terdapat satu pernyataan yang memiliki nilai terendah sebesar 4.22 yaitu mengenai tampilan menu iPhone tidak membosankan. Pernyataan tersebut harus ditingkatkan, hal yang harus dilakukan adalah:

1. Tampilan menu yang terdapat pada iPhone harus selalu *update*, agar semakin canggih, jelas, dan mudah digunakan. Oleh karena itu pengguna iPhone tidak cepat merasa bosan terhadap tampilan-tampilan yang dimiliki iPhone.
2. Perusahaan menciptakan tampilan menu iPhone yang berbeda dan tidak bisa dimiliki *smartphone* lain. Pilihan atau *option* pada iPhone lebih menarik dan mudah pada penggunaannya.

#### **4. Variabel Loyalitas Pelanggan**

Variabel loyalitas pelanggan pada penelitian ini memiliki empat dimensi yaitu tiga dimensi yaitu *repeat purchase*, *say positive things*, *recommend to friends*, dan *demonstrate immunity to the pull of competition*. Secara keseluruhan variabel loyalitas pelanggan dinilai dalam kategori baik oleh pelanggan sebesar 4.17. Namun terdapat beberapa pernyataan dalam dimensi yang harus ditingkatkan, berikut adalah pernyataan yang harus diperbaiki:

➤ Dimensi *Repeat Purchase*

Dimensi *repeat purchase* adalah pelanggan yang melakukan pembelian ulang. Pada dimensi *repeat purchase* terdapat dua pernyataan, namun di antara pernyataan lainnya yang dinilai sangat baik terdapat satu pernyataan yang memiliki nilai terendah sebesar 4.07 yaitu mengenai pelanggan yang selalu membeli iPhone. Pernyataan tersebut harus ditingkatkan, hal yang harus dilakukan adalah:

1. Perusahaan *Apple* harus selalu memperbarui produk iPhone, agar para pengguna selalu menginginkan dan menggantikan iPhone lama dengan yang terbaru. Perusahaan juga harus mampu memberikan produk iPhone dengan spesifikasi yang konsumen harapkan dan dapat mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih terhadap teknologi *smartphone*.
2. Menanamkan citra di benak konsumen dengan cara memasarkan iPhone ke pasaran melalui media cetak, iklan tv, atau segala jenis sosial media. Memanfaatkan logo serta nama perusahaan yang mudah diingat oleh konsumen dengan beranggapan bahwa iPhone merupakan teknologi canggih yang mudah digunakan serta mempunyai kualitas yang baik.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, sebagai berikut :

### **1. Saran Teoretis**

- a. Hasil pengujian dari koefisien determinasi variabel kepercayaan dengan memiliki kontribusi paling rendah diantarakepuasan pelanggan dengan dan citra merek memiliki kontribusi tinggi terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanyadari koefisien determinasikepercayaan sebesar 91,8%, kepuasan pelangan 62,4%, dan citra merek sebesar 57,8% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya seperti faktor kualitas produk, harga, dan faktor lainnya. Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda, skala lebih dari 5 atau kurang dari 5 untuk menghasilkan hasil yang berbeda, dan tempat. Jumlah responden lebih dari 100 dengan menggunakan metode analisis data lain, dan perangkat lunak lain dalam analisis data.

### **2. Saran Praktis**

#### **a. Kepercayaan**

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan variabel kepercayaan, maka dapat diberikan beberapa saran untuk pihak perusahaan. Saran-saran tersebut, sebagai berikut:

1. Perusahaan *Apple* perlu meningkatkan kepercayaan konsumen dengan menjaga kualitas produk iPhone yang diluncurkan ke pasar. Kualitas

produk menjadi hal yang utama dalam menjaga kepercayaan dari pelanggan. Agar pelanggan selalu setia terhadap produk-produk iPhone yang digunakan.

2. Perusahaan *Apple* juga harus menyampaikan hal yang jujur dan benar terhadap produk-produk iPhone kepada konsumen. Karena kepercayaan dan kesetiaan seorang pelanggan tidak terlepas dari kejujuran perusahaan yang pelanggan terima.
3. Memperluas distributor atau *Apple store* serta vendor-vendor yang sudah diakui secara resmi oleh pihak perusahaan *Apple*, agar konsumen mudah melakukan pembelian, *service center*, maupun *customer care* secara resmi oleh perusahaan.

#### **b. Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan variabel kepuasan pelanggan, maka dapat diberikan beberapa saran untuk pihak perusahaan. Saran-saran tersebut, sebagai berikut:

1. Perusahaan *Apple* sebaiknya mempertahankan kepuasan pelanggan dengan cara terus memenuhi harapan-harapan konsumen dan mengeluarkan produk-produk iPhone yang berkualitas.
2. Perusahaan juga perlu melakukan pelayanan yang maksimal terhadap pelanggan, dengan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan baru atau lama. Sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan tersendiri. Pelayanan juga tidak hanya dilakukan di awal saja,

tetapi juga pada bagian akhir seperti menangani keluhan dan menanggapi kritik konsumen.

### **c.Citra Merek**

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan variabel citra merek, maka dapat diberikan beberapa saran untuk pihak perusahaan.

Saran-saran tersebut, sebagai berikut:

1. Perusahaan *Apple* perlu menjaga citra nama baik perusahaan, seperti halnya ketika *smartphone* iPhone pertama kali diluncurkan dengan *design* dan aplikasi premium sehingga tetap menjadi *pioneer* dari *smartphone* yang terpercaya. Selalu mengembangkan produk iPhone agar memiliki keunggulan dalam setiap aspeknya sehingga dapat menciptakan citra merek yang lebih kuat di pasaran.
2. Perusahaan *Apple* juga perlu menanamkan citra merek yang baik di dalam benak konsumen agar konsumen selalu beranggapan bahwa iPhone adalah *smartphone* terbaik sepanjang masa dengan cara selalu menciptakan produk-produk *smartphone* terbaik.

#### **d.Loyalitas pelanggan**

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan variabel loyalitas pelanggan, maka dapat diberikan beberapa saran untuk pihak perusahaan.

Saran-saran tersebut, sebagai berikut:

1. Perusahaan *Apple* menjaga loyalitas pelanggan, contohnya dengan menawarkan sebuah keanggotaan atau member khusus yang nantinya akan banyak memberikan keuntungan bagi para pelanggan yang setia. Dengan begitu pelanggan akan tetap setia terhadap produknya dan tidak akan beralih ke merek *smartphone* lain.
2. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan juga perusahaan *Apple* perlu menciptakan kepercayaan yang kuat di hati pelanggan, memenuhi semua harapan pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan *smartphone* iPhone, dan menanamkan citra merek yang baik di benak pelanggan. Dengan melakukan hal tersebut pelanggan akan setia terhadap *smartphone* iPhone dan pelanggan akan melakukan pembelian ulang produk. Sehingga perusahaan *Apple* mengalami penjualan yang naik dan dapat memperkuat posisi pasar.