

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat diketahui kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil dari penelitian deskriptif pada penelitian ini diantaranya:
  - a. Pengguna Blackberry secara keseluruhan memberikan penilaian yang cukup baik terhadap merek *smartphone*Blackberry. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya respon positif pada pernyataan-pernyataan di variable citra merek.
  - b. Pada hasil perhitungan di variabel kepercayaan merek yang mencakup dimensi *brand characteristics*, *company characteristics*, dan *consumer brand characteristic* memberikan jawaban yang positif pada pernyataan untuk variabel kepercayaan merek, dapat dipartikan bahwa mayoritas konsumen sudah memiliki kepercayaan yang tinggi pada *smartphone*Blackberry.
  - c. Pada hasilnya perhitungan variabel minat beli ulang memberikan gambaran bahwa responden masih memberikan respon positif terhadap minat beli ulang. Dimensi minat beli ulang meliputi minat transaksional, minat preferensial, minat referensial, dan minat eksploratif yang dinyatakan dalam 11 item pernyataan kuesioner.

2. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dengan minat beli kembali pada mahasiswa Islam 45 Bekasi, dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05
3. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan merek dengan minat beli kembali pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi, dengan nilai signifikansi sebesar 0,030 yang lebih kecil dari 0,05.
4. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara citra merek dan kepercayaan merek dengan minat beli kembali konsumen *smartphone* Blackberry, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih dari 0,05

## 5.2 Implikasi

Hasil analisis menyatakan citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap minat beli kembali, oleh karena itu untuk meningkatkan minat beli kembali perusahaan harus mampu meningkatkan respons positif terhadap  $X_1$  (citra merek) dan  $X_2$  (kepercayaan merek), dan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan pada variabel citra merek terutama dimensi eksploratif. Blackberry agar konsumen lebih mengetahui lebih banyak lagi tentang keunggulan-keunggulan Blackberry dibandingkan *smartphone* lainnya.

### 5.3 Saran

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

1. Saran untuk penelitian lanjutan:
  - a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda pada merek *smartphone* lainnya seperti Samsung, Sony, HTC, Apple dan Oppo.
  - b. Disarankan paling tidak menambahkan variabel lain seperti citra perusahaan atau faktor psikologis agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap minat beli ulang.
2. Saran yang ditujukan bagi Blackberry.
  - a. Blackberridisarankan agar dapat mengatasi masalah yang terkait dengan anjlok atau gangguan system yang terjadi yang terkait dengan *Blackberry Messenger* (BBM).
  - b. Blackberry perlu meningkatkan kualitas server untuk RIM (*Research In Motion*) agar tidak mudah terjadi gangguan sistem pelayanan.
  - c. Blackberryperlu melakukan terobosan dalam hal desain dan spesifikasi terhadap produknya agar dijadikan sebagai pilihan utama untuk kategori *smartphone*, misalnya dengan meningkatkan kualitas *endurance* atau kapasitas RAM.