BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kualitas produk BlackBerry dari hasil penyebaran kuesioner didapat bahwa kualitas produk BlackBerry baik. Dari 16 pernyataan yang dibuat oleh peneliti mengenai kualitas produk BlackBerry kebanyakan menjawab sangat setuju dan setuju. Itu menandakan ada kepuasan responden yang dirasakan saat menggunakan *smartphone* BlackBerry.

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan korelasi sederhana mengenai hubungan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, didapat 0,87. Korelasi tersebut termasuk ke dalam korelasi yang kuat. Ini berarti eratnya hubungan antara variabel X (Kualitas Produk) dengan variabel Y (Loyalitas Konsumen). Dari hasil analisis regresi berguna untuk menelaah hubungan dua variabel atau lebih da terutama untuk menyelusuri pola hubungan yang modelnya belom diketahui dengan sempurna sehingga dalam terapannya lebih bersifat eksploratif. Angka yang dapat dari regresi sederhana adalah Y= -3,4803+0,2355 X. Dari hasil perhitungan t-hitung dan t-tabel, didapat t-hitung = 6.131 dan t-tabel

1,699, dengan taraf nyata 5% untuk uji satu arah (α = 0,05). Jadi hasil hipotesis H_1 diterima, maka terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen

Sedangkan koefisien determinasi adalah 0,7569 artinya kualitas produk yang diberikan oleh BlackBerry mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 0.7569, sedangkan sisanya yaitu 0.2431 dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas produk yang diberikan BlackBerry seperti faktor harga produk, sistem operasi dan *feature*.

C. Saran

Saran yang dapat penulis berikan untuk BlackBerry ini antara lain:

1. Untuk lebih meningkatkan loyalitas konsumen munculkan lebih banyak varian *device* Blackberry yang menarik, inovatif, nyaman, berkualitas baik dengan harga yang tepat. Dengan fitur dan disain yang lebih banyak dan menarik. Luncurkan produk baru yang membuat pasar tidak jenuh. Operating system yang digunakan BlackBerry terus menerus diinovasi terus menerus agar konsumen merasa perusahaan selalu berupa untuk membuat konsumen nyaman dan tidak memilih produk lain.

2. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis konsumen mengharapka BlackBerry akan melakukan sesuatu strategi dengan memilih focus kepada pengembangan *hardwere*. Dari *hardwere* BlackBerry konsumen menginginkan ada perbaikan waktu kegunaan *battery* yang lebih awet kesehariannya. Blackberry adalah *smartphone* yang banyak digunakan mahasiswa dan pebisnis yang biasa digunakan diluar rumah atau kantor, jika *battery* Blackberry yang digunakan cepat habis maka fungsi dari *smartphone* tersebut berkurang. Konsumen harus mengisi ulang (*recharge*) *battery* 2 kali sehari bahkan lebih jika konsumen menggunakan manfaat *smartphone* untuk kegunaan *online, game, social media*. Kepuasaan konsumen adalah harapan setiap perusahaan untuk tetap menjaga penjualan produknya stabil. Dari konsumen yang merasa puas maka akan memunculkan konsumen yang loyal.