

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan merek dengan loyalitas merek pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga FE UNJ. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan bahwa kepercayaan merek terhadap loyalitas merek menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,61 dan menghasilkan konstanta sebesar 38,56. Dengan demikian, bentuk hubungan antara kepercayaan merek dengan loyalitas merek memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 38,56 + 0,61X$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kepercayaan merek (X) akan mengakibatkan peningkatan loyalitas merek (Y) sebesar 0,61 skor pada konstanta 38,56. Dari hasil perhitungan didapatkan pula koefisien korelasi sebesar 0,437. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan merek akan semakin tinggi pula loyalitas merek.

Loyalitas merek pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga FE UNJ ditentukan oleh kepercayaan merek sebesar 19,06% dan sisanya sebesar 80,94% dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti citra merek, harga, desain produk, promosi penjualan, dan kepuasan pelanggan.

B. Implikasi

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan merek termasuk salah satu variabel yang menentukan loyalitas merek *smartphone* Samsung. Mengingat kepercayaan merek mempunyai peranan penting dalam menciptakan loyalitas merek, maka perusahaan perlu meningkatkan kepercayaan merek pelanggan melalui produk *smartphone*-nya sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Semakin tinggi kesadaran perusahaan atas pentingnya kepercayaan terhadap merek, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap merek. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan deskripsi teoretis maupun kerangka teoretis yang diajukan.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek dapat dilakukan dengan menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap merek.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel loyalitas merek, sub indikator yang memiliki skor tertinggi adalah sub indikator komitmen menggunakan merek sebesar 100%. Sedangkan sub indikator yang memiliki skor terendah adalah sub indikator pembelian berulang sebesar 32,77%. Sedangkan pada variabel kepercayaan merek, sub indikator yang memiliki skor tertinggi adalah reputasi merek sebesar 50,32% dan sub indikator motivasi perusahaan memiliki skor terendah sebesar 32,01%.

Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas merek yang dimiliki pelanggan dapat dilakukan dengan membuat pelanggan agar mau melakukan pembelian ulang terhadap merek *smartphone*

Samsung ketika ada tipe *smartphone* baru yang dikeluarkan oleh perusahaan, menjaga reputasi dari merek *smartphone* Samsung, dan menjadikan keinginan pelanggan sebagai motivasi bagi perusahaan untuk memberikan yang terbaik pada produknya. Hal-hal tersebut yang dirasa kurang oleh pelanggan, khususnya mahasiswa di Pendidikan Tata Niaga FE UNJ yang menyebabkan rendahnya loyalitas merek yang mereka miliki.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan loyalitas merek adalah:

1. Samsung harus mengeluarkan dan memperbarui produk *smartphone*-nya dengan kinerja yang lebih baik dibanding pesaing-pesaingnya saat ini agar pelanggan mau membeli kembali *smartphone* Samsung bila Samsung mengeluarkan produk baru di waktu mendatang.
2. Perusahaan harus tetap menjaga reputasi baik *smartphone* Samsung agar pelanggan tidak beralih ke merek lain dengan cara mengevaluasi produknya dengan memperbaiki masalah-masalah yang terjadi pada produk *smartphone*-nya agar pelanggan tetap nyaman menggunakan *smartphone* Samsung.
3. Perusahaan harus menjadikan pelanggan sebagai motivasi untuk tetap memberikan yang terbaik pada produknya dengan cara membuat komunitas atau forum disukai di media sosial agar pelanggan dapat

menceritakan pengalamannya menggunakan *smartphone* Samsung dan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan terhadap *smartphone* Samsung kedepannya.