

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan penelitian, maka simpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan laptop Toshiba di Surabaya. Artinya, merek laptop Toshiba telah mampu memberikan kebanggaan bagi pelanggan, jika menggunakan laptop dengan merek Toshiba. Karena laptop Toshiba memiliki citra merek yang baik, merek mudah diingat, dan akrab diingatan pelanggan.
2. *Country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan laptop Toshiba di Surabaya. Laptop Toshiba adalah produk asal negara Jepang yang memiliki citra negara yang baik mengenai kecepatan, inovasi, dan ketahanan teknologi di halayak pelanggan laptop. Pelanggan yang menggunakan laptop Toshiba, akan mendapatkan kepuasan yang tidak ada dari produk asal negara lain.
3. *Product quality* berpengaruh terhadap positif dan signifikan *customer satisfaction* pada pelanggan laptop Toshiba di Surabaya. Artinya laptop Toshiba memiliki kinerja yang optimal, ketahanan, fitur canggih sehingga terjadinya kerusakan komponen dan kegagalan fungsi dalam produk akan sangat kecil. Pelanggan laptop Toshiba akan puas karena mendapatkan produk laptop yang sesuai dengan spesifikasi dan harapannya.

4. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan laptop Toshiba di Surabaya. Artinya. Perusahaan Toshiba mampu memberikan layanan yang baik pada saat terjadinya kendala yang dihadapi pelanggan, dengan cara memberikan solusi yang cepat dan tepat serta memberikan jaminan jika mengalami masalah dalam laptop Toshiba. Perusahaan Toshiba selalu ingin meningkatkan dan menjaga loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang didapatkan pelanggan.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

Keterbatasan dari penelitian ini hanya menggunakan lima variabel saja. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat menambah variabel lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan. Diharapkan dapat menambahkan variabel *price* atau *Competitive Pricing* dalam penelitian selanjutnya.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pelanggan laptop Toshiba di Surabaya adalah sebagai berikut:

- a. Pada variabel *brand image*, nilai rata-rata pernyataan responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Merk Toshiba mudah diingat”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa perusahaan harus dapat lebih meningkatkan *brand image* dari produk Toshiba dari segi *logo*, *symbol*, *brand*.

- b. Pada variabel *country of origin*, nilai rata-rata pernyataan responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Negara Jepang memiliki kreatifitas dalam memproduksi laptop”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa perusahaan harus menciptakan inovasi terbaru dalam memproduksi laptopnya, dan harus memiliki keunggulan kompetitif yang tidak ada di perusahaan pesaing.
- c. Pada variabel *product quality*, nilai rata-rata pernyataan responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Saya tidak pernah mengalami kegagalan fungsi pada laptop Toshiba”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa perusahaan harus memperhatikan dengan benar kualitas dari produk, dan lebih meningkatkan lagi karyawan yang bekerja dalam *quality control*.
- d. Pada variabel *customer satisfaction* nilai rata-rata pernyataan responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Laptop Toshiba memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan dengan cepat dan tepat”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa perusahaan harus lebih tanggap lagi terhadap segala bentuk keluhan atau masalah yang dialami pelanggan. Perusahaan harus segera dan secepat mungkin menyelesaikan masalah pelanggan.
- e. Pada variabel *customer loyalty* nilai rata-rata pernyataan responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Saya akan memiliki perilaku baru untuk mengidentifikasi dengan mencari informasi lebih mengenai laptop Toshiba”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa perusahaan harus membentuk perilaku pelanggan dengan program-program yang menarik, agar pelanggan memiliki antusias yang tinggi dalam mencari informasi mengenai produk laptop Toshiba.