

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling*, maka simpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *Brand image* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction* pada produk *Blackberry* di Surabaya, diterima. Hal ini disebabkan karena citra merek *blackberry* mempunyai merek yang kuat sehingga mudah dikenal masyarakat yang menyebabkan kepuasan konsumen meningkat terhadap *blackberry*. *Brand image* adalah kepercayaan konsumen tentang merek *blackberry* yang membuat konsumen mempunyai kepuasan yang tinggi pada produk *Blackberry* di Surabaya.
2. Hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan *Product quality* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction* pada produk *Blackberry* di Surabaya, diterima. Hal ini disebabkan bahwa *blackberry* di Surabaya memiliki kualitas yang positif dibenak konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap *blackberry*. *Product quality* merupakan kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk *Blackberry* di Surabaya.
3. Hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* pada produk *Blackberry* di Surabaya, diterima. Hal ini disebabkan karena kepuasan konsumen terhadap *blackberry* meningkat. *Customer satisfaction* adalah konsumen *blackberry* yang puas akan merek dan kualitasnya sehingga

dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk *Blackberry* di Surabaya.

4. Hipotesis 4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *Brand image* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* pada produk *Blackberry* di Surabaya, diterima. Hal ini disebabkan karena citra merek *blackberry* mempunyai merek yang kuat sehingga mudah dikenal masyarakat yang menyebabkan loyalitas konsumen meningkat terhadap *blackberry*. *Brand image* merupakan kepercayaan konsumen tentang merek *blackberry* sehingga konsumen loyal pada produk *Blackberry* di Surabaya.
5. Hipotesis 5 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *Product quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* pada produk *Blackberry* di Surabaya, diterima. Hal ini disebabkan bahwa *blackberry* di Surabaya memiliki kualitas yang positif dibenak konsumen sehingga konsumen loyal terhadap *blackberry*. *Product quality* merupakan kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk *Blackberry* di Surabaya.

1.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, saran praktis yang diberikan adalah sebagai berikut:

- a. *Blackberry* diharapkan dapat meningkatkan *brand image* agar loyalitas konsumen dapat dipertahankan.
- b. *Blackberry* harus memberikan kualitas yang lebih baik lagi.
- c. *Blackberry* harus membuat harga yang sesuai dengan kualitasnya.

5.2.2 Saran Akademis

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yang hanya menggunakan empat variabel saja. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan variabel lain seperti *brand trust*, *price*, *perceived quality*, dan sebagainya sehingga peneliti ini dapat dikembangkan dan bisa menjadi lebih bermanfaat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Jakarta : Salemba Empat
- Kottler, dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yogyakarta : Penerbit Andi
- Griffin, Jill, 2005, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta : Erlangga
- Saidani, dan Arifin, 2012, Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) /Vol. 3, No. 1, 2012*
- Kurniawati, Suharsono, dan Kusumawati, 2014, Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan kfc cabang kawi malang) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 14 No. 2 September 2014*
- Ratnasari, Seno, dan Listyorini, 2014, Pengaruh citra merek dan kualitas produk Terhadap keputusan pembelian blackberry (studi kasus pada mahasiswa s1 fisip universitas diponegoro semarang)

,diponegoro journal of social and politic Tahun 2014, Hal. 1-6
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

Tingkir, 2014, PENGARUH IDENTITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TOYOTA ,*JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 doi: 10.9744/pemasaran.8.2.62-69 ISSN 1907-235X

Durianto, D., Sugiarto., Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menakklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ghozali, I. dan Fuad, 2005, *Stuctural Equation Modeling Teori dan Konsep & Aplikasi dengan program LISREL 8.54*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sanusi., 2011, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono., 2010, *Metode Penelitian Bisnis*: Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, 2009, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Indeks

Yamin, S. dan Kurniawan, H., 2009. *Structural Equation Modeling*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat