

## BAB V

### Simpulan Dan Saran

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan, simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 penelitian ini menyatakan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa pengaruh *Customer Satisfaction* dapat meningkatkan *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya.
2. Hipotesis 2 penelitian ini menyatakan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Brand Imaged* dapat meningkatkan *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya.
3. Hipotesis 3 penelitian ini menyatakan *Customer Loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Customer Loyalty* dapat meningkatkan *Word Of Mouth* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya.
4. Hipotesis 4 penelitian ini menyatakan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* melalui *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Customer Satisfaction* dapat meningkatkan *Word Of Mouth* melalui *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya.

5. Hipotesis 5 penelitian ini menyatakan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* melalui *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Brand Image* dapat meningkatkan *Word Of Mouth* melalui *Customer Loyalty* pada pelanggan *Handphone Xioami* Surabaya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diberikan beberapa rekomendasi berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Manajemen *Handphone Xioami* Surabaya.

### 5.2.1 Saran Akademis

Bagi para peneliti berikutnya yang akan menggunakan variabel yang sama untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dengan *word of mouth*, misalnya keputusan pembelian, *Service quality*, dan komitmen.

### 1.2.2 Saran Praktis

1. Saran untuk pengelolaan *Customer satisfaction*

Berdasarkan hasil penelitian ini perusahaan disarankan untuk lebih bisa memberikan informasi yang lengkap terutama pada saat pengenalan produk kepada customer agar customer paham dengan produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Saran untuk pengelolaan *Brand image*

Berdasarkan hasil penelitian ini perusahaan disarankan untuk selalu mempertahankan ciri khas, model, dan fitur *handphone Xioami* agar citranya tidak hilang dari pandangan konsumen.

3. Saran untuk pengelolaan *Customer loyalty*

Untuk menjaga konsumen tetap loyal perusahaan *Xiaomi* disarankan untuk meningkatkan kualitas produk *Handphone Xiaomi* agar tetap unggul dari pesaing dan konsumen selalu loyal.

4. Saran untuk pengelolaan *word of mourth*

Agar konsumen tetap memilih *Xiaomi* menjadi pilihan yang pertama perusahaan harus bisa membuat *handphone* yang melengkapi kebutuhan konsumen dan tetap memilih *handphone xiaomi* menjadi pilihan yang pertama.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Moosavi, Z., 2013, Factors Influencing The Cell Phone Brand Loyalty Of Swedish Generation Y, *Jurnal International Marketing*.
- Al- Sanad, H. M., 2016, Impact Of The Movable Word (Word-Of-Mouth) On The Decision To Purchase Of The Youth For The Smart Phones, *European Journal Of Scientific Research*, Vol. 137 No 3.
- Andy., 2016, Pengaruh *Brand Image* Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Budidaya Bahari Caksana Tangerang, *Journal Of Economics And Business Aseanomics* (JEBA), Volume 1 No. 1, Januari - Juni 2016
- Budiaji, W., 2013, Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert, *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, Vol. 2 No. 2, 127-133.
- Bungin, B., 2005, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Damayanti, C., 2015, Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, *Skripsi*.
- Darmawati., 2016, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Memakai Jasa Percetakan Cv. Rahmat Nur Di

Samarinda, *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 1.

Djuali, S. C., Hatane, S. E., 2015, *Analisa Pengaruh Corporate Image Dan Customer Satisfaction Terhadap Store Firm Performance Pada Industri Ritel Khususnya Convenience Store Di Surabaya*, *Business Accounting Review*, Vol 3 No.2.

Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Firdaus, M.A., 2012, *Metode Penelitian*, Tangerang: Jelajah Nusa.

Fitriana, N., 2011, *Analisis Pengaruh Promosi Word Of Mouth Terhadap Brand Image Dan Proses Keputusan Kunjungan Kebun Raya Bogor*, *Skripsi*.

Ghozali, I., dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harun, H., 2006, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi*, *Tesis*.

Hendrawan, B., *Pengaruh Customer Satisfaction Dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty Provider "XI" Di Surabaya*.  
Download.Portalgaruda.Org/Article.Php?Article=130447&Val=52

- Jimanto, R. B., Kunto, Y. S., 2014, Pengaruh *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.2, No.1.
- Khan, I., 2012, *Impact Of Customers Satisfaction And Customers Retention On Customer Loyalty*, *International Journal of Scientific & Technology Research*, Volume 1, Issue 2.
- Kumala, O. B., 2012, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Tune Hotels* Kuta-Bali, *Skripsi*.
- Kurniawati, D., Suharyono., Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.14, No.2.
- Lingga, R. U., 2016, Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Amaris Di Samarinda, *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 2.
- Mardikawati, W., Farida, N., 2013, Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi Efisiensi, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 2, Nomor 1.
- Mardalis, A., 2005, Meraih Loyalitas Pelanggan, *Benefit*, Vol. 9, No. 2.

- Martini, L. K. B., 2013, Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Commitment Dan *Customer Loyalty* (Studi Pada Sebuah Bank Nasional Di Denpasar), *Buletin Studi Ekonomi*, Volume 18, No.1.
- Murti, S. H., 2013, Pengaruh Dimensi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Management Analysis Journal*, Volume 1 (2).
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada Cv. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2.
- Nani, S., Wolok, T., 2014, Laporan Penelitian Dana Pnbp Feb Tahun Anggaran 2014, *Skripsi*.
- Novitayanti, S. R., 2014, Analisis Pengaruh Citra Produk Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan *Word Of Mouth* Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Smartphone Blackberry, *Skripsi*.
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, Kusumawati, A., 2015, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.22 No.1.

- Nurlinda, R. A., 2013, Pengaruh *Customer Satisfaction Strategy* Terhadap Peningkatan Kepuasan Konsumen, *Forum Ilmiah*, Volume 10 Nomer 2.
- Pamungkas, B. A., Zuhroh, S., Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang), *Komunikasi*,Vol. X, No. 02.
- Panjaitan, J. E., Yuliati, A. L., 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung, *DeReMa Jurnal Manajemen*,Vol. 11, No. 2.
- Pradipta, D. A. A., 2012, Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap *Loyalitas* Konsumen Produk Oli Pelumas Pt Pertamina (Persero) Enduro 4t Di Makassar, *Skripsi*.
- Pramudita, Y. A., Japarianto, S.E., M.M. E., 2013, Analisa Pengaruh *Customer Value* Dan *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* di *De Kasteel Resto* Surabaya,*Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*,Vol. 1, No. 1.
- Putri, N. R., Suhariadi, F., 2013, Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dengan *Word Of Mouth* Pada Pelanggan Klinik Kecantikan *London Beauty Centre*, *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*,Vol. 02 No. 1.
- Rachman, R., Abadi, T. W., Komunikasi *Word Of Mouth* Dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan, *Jurnal Aspikom*,Volume 3 Nomor 2.

- Rosengren, A., Standoft, A., & Sundbrandt, A., 2010, *Brand Identity & Brand Image, Skripsi*.
- Sallam, M. A., 2015, *The Effect Of Dual Image (Corporate And Brand) On Customers' Wom: The Role Of Customer Loyalty, International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. 3, Issue 12.
- Saputra, A. E., 2014, Analisis Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian, *Skripsi*.
- Setianingsih, W., 2016, Pengaruh *Country of Origin, Brand Image*, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Oppo *Smartphone, Skripsi*.
- Siyoto, S., Sodik, A., 2015, Dasar Metodologi Penelitian, Yogyakarta: *Literasi Media Publishing*.
- Soewadji, J., 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Mandiri.
- Sondoh Jr, S. L., Omar, M. W., Wahid, N. A., Ismail, I., Dan Harun, A., 2007, *The Effect Of Brand Image On Overall Satisfaction And Loyalty Intention In The Context Of Color Cosmetic, Asian Academy of Management Journal*, Vol. 12, No. 1, 83–107.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Susilo, R. A., 2010, Pengaruh *Corporate Image* Dan Kepuasan Pada Loyalitas Konsumen, *Skripsi*.
- Venessa, I., Arifin, Z., 2017, Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.51, No.1.
- Widyasari, E. F. D., 2014, Pengaruh Suasana Layanan Terhadap *Word Of Mouth* Yang Dimediasi Oleh Interaksi Antar Pelanggan Pada Pt. *Coffee Toffee* Indonesia, *Artikel Ilmiah*.
- Wijayanto, I., Iriani, S. S., 2013, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 1 Nomor 3 Mei.
- .
- Winarta, R. C., Kunto, Y. S., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan Rumah Makan Bromo Asri Terhadap Kepuasan, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta. Salemba Infotek
- .