

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Brand Trust* (X) berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* (Y1) pada konsumen *smartphone* Samsung di Surabaya. Dengan demikian mendukung hipotesis pertama. Hal tersebut mengartikan bahwa semakin meningkat kepercayaan pelanggan pada merek *smartphone* Samsung dapat membuat pelanggan semakin puas.
2. Variabel *Customer Satisfaction* (Y1) berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* (Y2) pada konsumen *smartphone* Samsung di Surabaya. Dengan demikian mendukung hipotesis kedua. Hal tersebut mengartikan bahwa kepuasan pelanggan *smartphone* Samsung yang tinggi dapat membuat pelanggan semakin loyal terhadap *smartphone* Samsung.
3. Variabel *Brand Trust* (X) berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* (Y2) pada konsumen *smartphone* Samsung di Surabaya. Dengan demikian mendukung hipotesis ke tiga. hal tersebut mengartikan bahwa kepercayaan pelanggan pada merek *smartphone* Samsung yang tinggi dapat membuat pelanggan semakin loyal terhadap *smartphone* Samsung.
4. Variabel *Brand Trust* (X) berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* (Y2) melalui *Customer Satisfaction* (Y3) sebagai variabel mediator pada konsumen *smartphone* Samsung di Surabaya. Dengan demikian mendukung hipotesis ke empat. Hal tersebut mengartikan bahwa dengan adanya kepercayaan yang tinggi

terhadap merek, maka pelanggan menjadi puas dan ketika kepuasan pelanggan meningkat, maka pelanggan yang loyal pada *smartphone* Samsung akan meningkat juga.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan *smartphone* Samsung dan bagi peneliti selanjutnya:

1. Saran Praktis

Bagi pihak manajer dan divisi pemasaran perusahaan *smartphone* Samsung agar dapat bersaing dalam persaingan dunia *smartphone* yang sangat ketat, perlu lebih memperhatikan variabel-variabel yang dapat meningkatkan kesetiaan konsumen pada produk *smartphone* Samsung. Variabel-variabel tersebut dapat berupajaminan garansi produk, pelayanan kepada konsumen, kualitas dalam *servis*, dan lainnya, yang dapat meningkatkan *Brand Trust*, dan *Customer Satisfaction* karena kesetiaan konsumen dalam penelitian ini telah terbukti dapat ditingkatkan melalui *Brand Trust*, dan *Customer Satisfaction*.

2. Saran Akademik

Bagi para akademisi dan para pembaca untuk memperluas penelitian ini dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kesetiaan konsumen pada suatu produk. serta memperluas cakupan penelitian dengan menambah sampel atau obyek penelitian yang berbeda dengan industri lain ataupun sejenis.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aryani, D., dan Rosinta, F., 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agustus: pp 114-126.
- Ballester, E.D., dan J.L.M. Aleman, 2005, Does Brand Trust Matter to Brand Equity?, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 14, No.3: pp 187-196.
- Cengiz, E., 2010, Measuring Customer Satisfaction: Must or Not?, *Journal of Naval Science and Engineering*, Vol. 6, No. 2.: pp 76-88.
- Dewi., M.K., dan M.D. Rahadhini, 2013, Efek Moderasi Kepuasan Konsumen pada pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Honda, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 13, No. 1, April: pp 1-13.
- Fitria A. Gita, 2013, Samsung Galaxy S4 Terjual 10 Juta Unit, diakses 28 Juni 2014, <http://www.tempo.co>.
- Gecti, F., dan H. Zengin, 2013, The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 5, No. 2: pp 111-119.
- Hameed, F., 2013, The Effect of Advertising Spending on Brand Loyalty Mediated by Store Image, Perceived Quality and Customer Satisfaction: A Case of Hypermarkets, *Asian Journal of Business Management*, January: pp 181-192.
- Hariato, D., dan H. Subagio, 2013, Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-Vu Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1: pp 1-8.
- Ika, N., dan Kustini, 2011, Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty oh Honda Motorcycle

product, *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, Vol. 14, No. 1, April: pp 19-28.

Kabadayi, E.T, dan A.K. Alan, 2012, Brand Trust and Brand Affect: Their Strategic Importance on Brand Loyalty, *Journal of Global Strategic Management*, June: pp 81-88.

Kotler, Armstrong, 2008, *Principles of Marketing 12e*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Lau, G.T., dan S.H. Lee, 1999, Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, *Journal of Market - Focused Management*, December: pp 341-370.

Marthin, J., dan Semue, H., 2007, Analisis Tingkat Brand Loyalty pada Produk Shampoo Merek "Head & Sholders", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 2, No. 2, Oktober: pp 90-102.

Mohsan, F., M.M. Nawaz, M.S. Khan, Z. Shaukat, dan N. Aslam, 2011, Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intention to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2, No. 16: pp. 263-270.

Perbrianti, T., 2011, Kepuasan Konsumen terhadap Kesetiaan Merek suatu Produk, *Ilmiah*, Vol 3, No. 3: pp 63-68.

Purwati, Y., dan Kurniawati, S., 2009, Analisis Keputusan Pembelian dan Tingkatan Loyalitas Merek Nasional dan Merek Toko, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. XV No 2, September: pp 169-180.

Riana, G., 2008, Pengaruh Trust in a Brand Terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar, *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 13, No. 2, pp. 184-202.

Rizan, M., dan F. Andika, 2011, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol.2, No. 1: pp 130-150.

- Rizan, M., B. Saidani, dan Y. Sari, 2012, Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No.1: pp 1-17.
- Saidani, B., dan S. Arifin, 2012, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat beli pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No. 1: pp 1-22.
- Samsung Elektronik, 2014, diakses 22 Mei 2014, <http://www.wikipedia.org>.
- Schiffman, G.L., dan L.L. Kanuk, 2004, *Consumer Behavior, Eighth Edition*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sejarah perkembangan handphone pintar Samsung, 2013, diakses 28 Juni 2014, <http://www.beritateknologi.com>.
- Shibab, M.S, dan Sukendar, A., 2009, Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Produk Tes Widal Merek Remel, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, Tahun VI, No 2, Oktober: pp 83-96.
- Susilowati, L., dan Sumarto, 2010, Membangun Brand Loyalty Melalui Brand Trust dan Customer Satisfaction, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol 10, No. 1, Maret: pp 53-61.
- Top Brand untuk kategori smartphone, 2014, diakses 21 Mei 2014, <http://www.topbrand-award.com>.
- Touzani, M., dan A. Temessek, 2009, Brand Loyalty: Impact of Cognitive and Affective Variables, *The Annals of "Dunarea de Jos" University of Galati Fascicle I - 2009, Economics and Applied informatics*, Years XV: pp 227-242.
- Wang, I.M., dan C.J. Shieh, 2006, The Relationship etween Service Quality and Customer Satisfaction: The Example of CJCUC Library, *Journal of Information and Optimization Sciences*, Vol. 27, No. 1: pp 193-209.

- Widjaja, M., Wijaya, S., dan Jokom, R., 2007, Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops di Surabaya, *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, No. 2, September: pp 89-101.
- Widjanto, S.H., 2008, *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8*, Yogyakarta, Penerbit Graha Ilmu.
- Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Penerbit Garsindo.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Jakarta, Penerbit Salemba Infotek.
- Yee, W.Y., dan Y. Sidek, 2008, Influence of Brand Loyalty on Consumer Sportswear, *International Journal of Economics and Management*: pp 221-236.