

## 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