

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kesetiaan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel konsumen yang digunakan adalah orang-orang yang menggunakan handphone Sony Ericsson dan tidak pernah mengganti merek. Responden yang layak untuk dianalisis yaitu sebanyak 97 responden. Lokasi yang diteliti adalah Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi berganda. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *brand characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 22.37% pada *brand loyalty*. Sedangkan *company characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 24.30% pada *brand loyalty*. Hasil *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa *brand characteristic*, *company characteristic* dan *consumer-brand characteristic* pengaruh pada *brand loyalty* sebesar 30.4% dan sisanya sebesar 69.6 % dipengaruhi oleh faktor lain, kecuali *brand characteristic*.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi untuk visi dan misi perusahaan. Bagi perusahaan, perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran (meningkatkan

kesetiaan konsumen) dengan lebih baik lagi dengan adanya pengetahuan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *company characteristic*. Perusahaan akan lebih maksimal jika dilaksanakan berdasarkan kesetiaan konsumen. Sebagai contoh, bagi perusahaan, langkah praktis untuk menumbuhkan kesetiaan merek terhadap produk handphone Sony Ericsson dengan cara memberikan layanan purnajual, bonus hadiah untuk setiap pembelian handphone sony ericsson. Hal ini juga harus dibarengi dengan mengimplementasikan faktor-faktor yang lain secara *perceived quality* dan *top of mind*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- Satu jenis merek sony ericsson dengan satu jenis produk
- Terdapat tiga indikator untuk mengetahui kesetiaan merek, yaitu *brand characteristic*, *company characteritic*, *consumer brand characteristic*.

5.4 Saran

- Sebaiknya peneliti lebih lanjut membahas merek handphone seperti Nokia, Samsung, LG, Siemens.
- Sebaiknya peneliti seterusnya dapat meneliti selain ketiga indikator.