

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diungkapkan pada bagian sebelumnya, maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

- Mayoritas responden yang diteliti memiliki jenis kelamin perempuan, memiliki rentang usia 18-22, memiliki rentang penghasilan 3 juta-4 juta, dan memiliki lama penggunaan *laptop* macbook selama 1-2 tahun
- Dengan demikian, para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “merek macbook merupakan merek yang mudah diingat”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook memiliki desain yang mewah dan mudah dibawa kemana-mana”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook merupakan *laptop* yang mudah untuk digunakan”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan bahwa “merek macbook terkenal dan menarik perhatian konsumen”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab setuju mengenai pernyataan “macbook bermanfaat untuk konsumen dan lebih unggul dibanding fitur produk pesaing”
- , para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook menggunakan teknologi yang canggih dan menyamai kinerja *laptop* lain”

- Para responden memiliki kecenderungan menjawab setuju mengenai pernyataan “harga macbook sesuai dengan manfaat-manfaat yang diperoleh.”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab setuju mengenai pernyataan “harga macbook wajar jika dibandingkan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab setuju mengenai pernyataan “spesifikasi *laptop* macbook lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan merek macbook terkenal memiliki kualitas yang sangat baik dan mampu memuaskan kebutuhan konsumen.
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “konsumen percaya bahwa merek macbook memiliki nilai yang baik.”
- , para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “merek macbook sudah membekas dihati konsumen sehingga tidak tertarik pada merek lain”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “merek macbook digunakan oleh orang-orang yang kreatif dan produktif”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “merek macbook memberikan kemudahan dalam bekerja di bidang industri kreatif”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “merek macbook menjadi ciri dari orang-orang yang menggemari teknologi yang tinggi”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “merek macbook merupakan mereka *laptop* yang kuat dan bertahan lama”

- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “merek macbook lebih banyak digunakan oleh para pengguna muda yang berteknologi tinggi”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook memiliki tampilan yang unik”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook memiliki fungsi program yang lebih baik dan akurat dibandingkan dengan merek *laptop* lain”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook mudah dikenali karena keunikan desainnya”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “hanya dengan melihat tampilannya saja, saya dapat membedakan *laptop* macbook”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “*laptop* macbook mudah dikenali oleh semua orang”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “aplikasi yang diinstal di *laptop* macbook memiliki keunggulan tersendiri”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saat saya mencari *laptop* lagi, saya akan tetap mencari merek macbook”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook memberikan saya jaminan kepuasan saat menggunakan macbook”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “macbook yang saya pakai tidak pernah mengalami kerusakan yang berarti”

- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “*laptop macbook* memiliki keandalan untuk digunakan”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya dapat menggunakan *laptop macbook* dengan mudah”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya tidak pernah mengalami masalah berarti dalam menggunakan macbook”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya dapat menggunakan *laptop macbook* tanpa panas berlebihan”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya dapat menggunakan *laptop macbook* di mana saja”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya menyukai desain produk macbook yang bagus”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya menyukai dukungan yang diberikan oleh apple sebagai produsen macbook”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “sekalipun diberi pilihan *laptop* yang lebih murah, saya akan tetap memilih macbook”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “sekalipun diberi pilihan *laptop* yang lebih canggih, saya akan tetap memilih macbook”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya menyarankan mereka macbook kepada teman-teman yang akan membeli *laptop*”
- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya dapat memberikan tips-tips penggunaan macbook pada teman yang baru menggunakan

- Para responden memiliki kecenderungan menjawab sangat setuju mengenai pernyataan “saya tetap akan memilih merek macbook saat saya harus mencari *laptop* lagi”
- Terdapat pengaruh antara *Strenght of Brand Association* dengan Loyalitas Konsumen, yang dapat dilihat dari nilai signifikansi hitung sebesar 0.027.
- Terdapat pengaruh antara *Favorability of Brand Association* dengan Loyalitas Konsumen, yang dapat dilihat dari nilai signifikansi hitung sebesar 0.000.
- Terdapat pengaruh antara *Uniqueness of Brand Association* dengan Loyalitas Konsumen, yang dapat dilihat dari nilai signifikansi hitung sebesar 0.000.
- Data telah menunjukkan kecenderungan untuk valid dan reliabel dalam uji instrumen yang dilakukan
- Data telah memenuhi syarat-syarat uji asumsi klasik, yaitu memiliki distribusi normal, tidak menunjukkan gejala heteroskedadistitas, dan tidak menunjukkan gejala multikolinearitas
- Berdasarkan uji Hipotesis, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand image* dengan Loyalitas Konsumen, dimana sebesar 51.2% dari Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh *Brand image*

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- Penelitian dilakukan untuk membahas *brand image* dan loyalitas konsumen pada produk elektronik, yaitu *laptop* MacBook
- Penelitian dilakukan pada sampel mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha, sehingga ruang lingkupnya hanya dapat digeneralisasikan kepada mahasiswa
- Penelitian ini bertujuan untuk membahas *brand image* dan loyalitas konsumen, sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada variabel lain

5.3. Implikasi Manajerial

Sesuai dengan hasil penelitian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand image* dengan Loyalitas Konsumen. Dengan demikian, pada saat terjadi peningkatan dalam *Brand image*, maka akan meningkatkan juga loyalitas konsumen. Dengan demikian, para responden yang merasakan adanya *Strength, Favorability, dan Uniqueness* dari *brand* Macbook akan memiliki kecenderungan untuk memilih kembali *Brand* pada saat mereka membutuhkan *laptop* pada satu saat nanti.

5.4. Saran

Untuk peneliti selanjutnya, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

- Peneliti menyarankan pada pihak perusahaan untuk dapat mempertahankan Brand Image yang sudah dimiliki oleh produk Apple saat ini, dimana produk Apple yang dipasarkan kepada masyarakat sudah memiliki Brand Image yang cukup baik. Dengan demikian,

pihak distributor Apple dapat meningkatkan loyalitas konsumen dengan mendorong munculnya brand image yang baik pada produk MacBook, dengan menggunakan media pemasaran untuk mengungkapkan keunggulan-keunggulan yang menjadi ciri dari produk MacBook.

- Peneliti menyarankan kepada pihak pemasar produk MacBook untuk dapat meningkatkan *favorability of Brand Association*, dengan cara meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai kualitas dan keterandalan produk MacBook, yang merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat dengan loyalitas konsumen pada kelompok yang diteliti. Tujuannya, adalah memperkuat pengetahuan para responden mengenai produk, terutama dari segi kualitas dan keterandalannya, sehingga produk MacBook dapat dianggap sebagai produk yang handal dan terpercaya, yang pada gilirannya dapat mendorong loyalitas yang tinggi pada para penggunanya.

