

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Nilai hedonis memiliki pengaruh sebesar 0,91 atau sebesar 91% terhadap kepercayaan pelanggan terhadap *smartphone apple*.
2. Nilai utilitarian memiliki pengaruh sebesar 0,431 atau sebesar 43% terhadap kepercayaan pelanggan terhadap *smartphone apple*.
3. Loyalitas merk dipengaruhi oleh kepercayaan merk *smartphone apple* sebesar 0,516 atau sebesar 51,6%.

Secara keseluruhan, hal yang mempengaruhi kepercayaan pengguna menggunakan *smartphone merk apple* ini dipengaruhi oleh nilai hedonis karena nilainya lebih tinggi daripada nilai utilitarian.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan penelitian yang dihadapi peneliti saat melakukan tahap distribusi kuesioner:

1. Keterbatasan waktu yang dimiliki oleh penulis ketika melakukan penelitian
2. Penelitian hanya difokuskan pada konsumen yang memakai produk *smartphone Apple*.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel nilai hedonis, nilai utilitarian, kepercayaan merek, loyalitas merek.

### 5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan pengujian hipotesis, didapat bahwa Nilai Utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan Merek dan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek. Dengan demikian, perusahaan perlu meningkatkan kegunaan dari produk *smartphone Apple* untuk dapat mendorong meningkatnya Kepercayaan dan Loyalitas Merek.

### 5.4 Saran

#### 5.4.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. *Smartphone Apple* diharapkan dapat meningkatkan Nilai Utilitarian dengan menambahkan fitur *wireless charging* yang bisa menjangkau jarak lebih dari 1 meter
2. *Smartphone Apple* diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dengan menyediakan layanan pelanggan yang sangat baik, berani tampil beda, memberikan pelanggan informasi dengan baik, membuat pelanggan merasa istimewa, penawaran hadiah dan diskon.

#### 5.4.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas populasi dan sampel dalam penelitian.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya meneliti produk *Smartphone Apple*.

