

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. KESIMPULAN

Setelah dilakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand reputation* pada *smartphone* Samsung adalah baik.
2. *Brand predictability* pada *smartphone* Samsung adalah baik, mereka berpendapat bahwa produk *smartphone* Samsung dapat diprediksi segala sesuatunya dengan baik.
3. *Brand competence* pada *smartphone* Samsung adalah baik, sehingga konsumen berpendapat bahwa *smartphone* Samsung dapat berkompetisi dengan baik di dunia bisnis *smartphone*.
4. *Trust in company* perusahaan Samsung adalah baik, artinya konsumen percaya dengan perusahaan Samsung.
5. *Brand trust* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty* konsumen *smartphone* Samsung. Positif berarti semakin baik *brand trust* yang dimiliki oleh suatu produk, maka *brand loyalty* konsumen akan meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





B. SARAN

1. Melihat seluruh dimensi *brand trust* menurut konsumen *smartphone* Samsung adalah baik, maka dimensi *brand trust* perlu terus dipertahankan oleh *smartphone* Samsung. Dimensi yang perlu dipertahankan antara lain adalah *brand reputation*, *brand competence*, *brand predictability*, dan *trust in company*. Upaya yang dapat dilakukan adalah menjaga dan meningkatkan kualitas serta layanan dari *smartphone* Samsung.
2. Melihat variabel *brand loyalty* menurut konsumen *smartphone* Samsung adalah baik maka *smartphone* Samsung perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Dalam upaya meningkatkan *brand loyalty*, *smartphone* Samsung harus memperhatikan dan mengontrol *brand trust* yang berpengaruh dominan terhadap *brand loyalty*. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menjaga hubungan dengan konsumen, meningkatkan pelayanan dan kualitas produk, serta bisa dengan memberikan hadiah kepada konsumen yang loyal.
3. Bagi pihak lain yang ingin meneliti, maka disarankan dapat menggunakan variabel lain untuk meneliti pengaruh terhadap *brand loyalty*. Variabel-variabel tersebut antara lain adalah kualitas layan, kepuasan konsumen, dan lain-lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.