

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hipotesis yang peneliti buat berdasarkan permasalahan di latar belakang yaitu Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Gawai Blackberry di Bandar Lampung. Melalui uji hipotesis pada bab sebelumnya yang peneliti lakukan didapat hasil bahwa variabel Citra Asosiasi Merek (X) memiliki pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Pengguna Gawai Blackberry di Bandar Lampung sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak atau hipotesis yang peneliti buat diterima.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah peneliti uraikan di bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan untuk penelitian ini ialah:

1. Berdasarkan hasil uji t dan f diketahui bahwa, variabel bebas yaitu Citra Merek (X) yang terdiri dari Keunggulan Asosiasi Merek (X1), Kekuatan Asosiasi Merek (X2), dan Keunikan Asosiasi Merek (X3), secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas (Y) pengguna *Smartphone* Blackberry di Bandar Lampung sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak.

Pengaruh Citra merek pada Loyalitas Pengguna *Smartphone* Blackberry di Bandar Lampung sebesar $R^2 = 0.662$ atau berdasarkan variabel faktor-faktor Citra Merek (X) yang terdiri dari Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, dan Keunikan Asosiasi Merek mempengaruhi variabel Loyalitas (Y) sebesar 66,2%, dan sisanya sebesar 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa yaitu Citra Merek (X) yang terdiri dari Keunggulan Asosiasi Merek (X1), Kekuatan Asosiasi Merek (X2), dan Keunikan Asosiasi Merek (X3), yang memiliki pengaruh paling besar terhadap Loyalitas ialah Kekuatan Asosiasi merek (X2) yaitu sebesar 7,126 dan yang paling kecil pengaruhnya ialah Keunggulan Asosiasi Merek (X1).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh oleh peneliti maka yang dapat peneliti sarankan kepada produsen Blackberry ialah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji data yang dilakukan oleh peneliti maka peneliti menyarankan pada pihak manajemen Blackberry mengenai variabel paling kecil pengaruhnya dari citra asosiasi merek yaitu keunggulan asosiasi merek (X1) mengenai Blackberry memiliki kelas spesifikasi tertentu sesuai keinginan konsumen dengan presentase setuju dan sangat setuju paling sedikit, hal ini menunjukkan Blackberry masih kurang variatif dalam

mengeluarkan produk dan terkesan sama bagi konsumen, Beberapa spesifikasi yang dapat ditambahkan seperti menggunakan layar anti-gores yang lebih kuat dari *Gorilla glass* atau *Dragon Trail*, menggunakan RAM dan CPU yang lebih kuat, fitur *fast-charging* dan *wireless charging*, atau menciptakan fitur baru yang bisa bersaing di pasaran seperti *smart battery user for internet connection* karena seperti yang kita ketahui kendala utama dalam sebuah baterai yang boros adalah penggunaan internet atau peredam panas seperti kipas yang ada pada sebuah CPU.

2. Dimensi Citra Asosiasi Merek berikutnya yang berpengaruh adalah Keunikan Asosiasi Merek (X3). Presentase setuju dan sangat setuju paling sedikit bahwa konsumen bisa memilih desain *qwerty* atau *touch-screen* sesuai kebutuhan, hal ini membuktikan bahwa konsumen merasa bosan terhadap perubahan produk Blackberry yang tidak jauh berbeda dari produk pendahulu, sedangkan produk pesaing memiliki desain yang semakin unik. Blackberry harus melakukan inovasi pada produknya seperti spesifikasi layar yang lebih variatif mulai dari ukuran 4" hingga ukuran *phone tablet 5,5"* atau melakukan inovasi seperti penggabungan layar sentuh dan *qwerty* menjadikan *flip-smartphone* seperti yang pernah dilakukan Nokia tapi belum pernah dilakukan oleh merek *smartphone* manapun saat ini
3. Dimensi Kekuatan Asosiasi Merek (X2) responden tidak setuju jika warna hitam menggambarkan merek Blackberry melainkan keberadaan tombol *qwertynya*, sedangkan *trend smartphone* di dunia mulai menggunakan layar

sentuh, layar sentuh yang diciptakan Blackberry tidak didukung layanan dan tampilan antarmuka yang memudahkan pelanggan, harga paket internet khusus yang mahal membuatnya sulit diminati pengguna. Blackberry harus beralih ke penggunaan tampilan antarmuka dan resolusi layar yang mendukung penggunaan layar sentuh, serta paket internet yang lebih murah seperti Android atau Iphone.