

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan pada bab IV, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan berikut:

1. *Brand image* yang terdiri dari (jenis-jenis asosiasi merek, dukungan asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek) *smartphone* Android Samsung Galaxy secara simultan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Pengaruh *brand image smartphone* Android Samsung Galaxy secara parsial terhadap loyalitas konsumen mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang antara lain:
 - a. Jenis-jenis asosiasi merek *smartphone* Android Samsung Galaxy berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
 - b. Dukungan asosiasi merek *smartphone* Android Samsung Galaxy berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
 - c. Kekuatan asosiasi merek *smartphone* Android Samsung Galaxy berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- d. Keunikan asosiasi merek *smartphone* Android Samsung Galaxy berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Pengaruh jenis-jenis asosiasi merek *smartphone* Android Samsung Galaxy merupakan variabel yang dominan yang mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

5.2 Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

1. *Samsung Mobile Phone*
 - a. *Smartphone* Android Samsung Galaxy telah memiliki citra merek yang baik sebagai produk yang canggih dan berkualitas. Oleh karena itu citra merek tersebut harus dijaga dan dipertahankan dengan cara menciptakan produk yang mengutamakan standar mutu dan kualitas yang bagus ketika produk akan dipasarkan dan selalu meng-*upgrade* teknologi dengan secara terus menerus sesuai kebutuhan zaman sehingga menjadi produk yang kompetitif dan tidak tergerus oleh banyaknya pesaing. Karena membangun sebuah merek memerlukan waktu yang lama dan anggaran yang cukup tinggi. Dengan citra merek yang baik dapat menjaga loyalitas konsumen tetap menggunakan *smartphone* Android Samsung Galaxy.

- b. Ketatnya persaingan pasar *smartphone* saat ini, maka produsen *smartphone* Android Samsung Galaxy harus tetap menjaga konsistensi merek dan mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi yang ada dengan tetap menjaga keunggulan dan kekuatan merek tersebut. Perusahaan harus juga secara inovatif memperbaiki dan meningkatkan mutu produk dengan menciptakan teknologi yang canggih atau berkerjasama dengan perusahaan teknologi yang unggul untuk menciptakan produk yang unggul yang sesuai permintaan pasar, karena mempertahankan pelanggan sangatlah penting dan tentunya hal ini harus didukung oleh aktivitas pemasaran yang secara konsisten menjaga merek tersebut.
 - c. Samsung *Mobile Phone* juga tentu harus lebih memperhatikan jenis-jenis asosiasi merek yang terdiri dari atribut produk dan manfaat produk, karena dalam penelitian ini jenis-jenis asosiasi merek merupakan variabel yang dominan terhadap loyalitas konsumen.
2. Peneliti lain di masa mendatang
- a. Peneliti menyarankan dalam penelitian selanjutnya agar objek penelitian diambil lebih baik, yaitu masyarakat umum dengan semua segmentasi pasar produk dan tempat penelitian yang lebih luas.
 - b. Bagi peneliti lain selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah variabel penelitian seperti fisik, refleksi, keterkaitan, kepribadian, budaya, dan citra diri.