

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan penulis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh antara *brand image* terhadap loyalitas pelanggan *smartphone iphone* di kota Batam. Pengaruhnya positif sebesar 0,546 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 9,319 > t_{tabel} 1,981$ . Berpengaruhnya antara *brand image* dengan loyalitas pelanggan *smartphone iphone* di kota Batam di mana ditemukan indikasi bahwa dengan adanya pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan meningkat.
2. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruhnya positif sebesar 0,386 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 5,234 > t_{tabel} 1,981$ . Berpengaruhnya antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan *smartphone iphone* di kota Batam di mana ditemukan indikasi bahwa kepuasan pelanggan yang baik dan kondusif akan meningkatkan loyalitas pelanggan
3. Terdapat pengaruh *brand image* dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian pada uji F dapat dilihat bahwa secara bersama-sama *brand image* dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan., hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai  $F_{hitung} 391.738 > F_{tabel} 3,08$ .

## 5.2. Saran

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan, variabel *brand image* berpengaruh kuat dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hendaknya perusahaan smartphone iphone tetap memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan *brand image* yang telah dibangun oleh pihak perusahaan ataupun yang dibentuk oleh pelanggan.
2. Dari hasil penelitian di bab sebelumnya, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, bagi perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas pelanggan yang harus dilakukan adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan yang berdampak langsung terhadap perusahaan serta mempertahankan pangsa pasar yang ada.
3. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *brand image* dan kepuasan pelanggan sebesar 87.5 sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti kepercayaan, harga, dan kualitas produk.