

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini diinginkan agar memperoleh pengetahuan akan pengaruh citra merek, serta kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu smartfren lewat kepuasan pelanggan di mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Menurut perolehan analisis data serta pembahasan melalui perolehan penelitian, maka mampu didapatkan kesimpulan bahwasanya:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu smartfren mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu smartfren mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu smartfren mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu smartfren mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

6. Citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan kartu smartfren mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian serta pembahasan terkait pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan lewat kepuasan pelanggan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, jadi peneliti mengungkapkan implikasi manajerial seperti berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a) Untuk Citra Merek, disarankan perusahaan harus fokus pada peningkatan citra merek melalui strategi branding yang efektif. Ini bisa melibatkan kampanye pemasaran yang konsisten, peningkatan kualitas komunikasi merek, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
 - b) Untuk kualitas produk, perusahaan harus menjaga dan meningkatkan kualitas secara berkelanjutan. Perusahaan harus melakukan riset dan pengembangan (R&D) untuk memastikan produk mereka tetap relevan dan berkualitas tinggi. Pengawasan kualitas yang ketat dan tanggapan cepat terhadap umpan balik pelanggan sangat penting untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

- c) Untuk Kepuasan Pelanggan, Perusahaan harus berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. Ini bisa dilakukan dengan memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa, menyediakan layanan purna jual yang baik, dan memastikan proses pembelian yang mudah dan menyenangkan. Mendengarkan dan merespons umpan balik pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Platform media sosial dan survei pelanggan dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang kepuasan pelanggan.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a) Peneliti selanjutnya sebaiknya melibatkan sampel yang lebih luas dan beragam untuk mendapatkan hasil yang lebih *generalizable*. Misalnya, melibatkan berbagai segmen pelanggan dari industri yang berbeda atau wilayah geografis yang berbeda
- b) Dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, pengalaman pelanggan, atau persepsi nilai. Menguji peran mediasi atau moderasi variabel lain, seperti kepercayaan atau komitmen pelanggan, dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.
- c) Menggunakan metode penelitian yang beragam seperti studi kualitatif atau campuran dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam. Misalnya, wawancara mendalam dengan pelanggan dapat mengungkapkan motivasi dan persepsi yang lebih dalam dibandingkan dengan survei.