

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode PLS untuk menguji Pengaruh *Brand Image* dan *Perceived Value* Terhadap *Customer Loyalty* pengguna iPhone di Malang. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan *brand image* berkontribusi terhadap *customer loyalty* pengguna iPhone di Kota Malang.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan *perceived value* berkontribusi terhadap *customer loyalty* pengguna iPhone di Kota Malang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak Apple untuk memperhatikan dan meningkatkan *brand image* yang dibangun terutama pada reputasi kamera yang disematkan di smartphonenya, karena pada era sosial media, kamera digunakan untuk mengabadikan dan membagikan momen, sehingga akan menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen ketika ingin bertahan pada produk tersebut atau tidak.

2. Diharapkan kepada pihak Apple untuk memperhatikan *perceived value* terhadap produk yang diberikan terutama pada nilai harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, karena konsumen akan cenderung bertahan pada produk yang mempunyai kualitas dan manfaat yang sepadan dengan harga yang diberikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian terhadap produk iPhone dengan menggunakan variabel yang berbeda, terutama pada fitur fitur smartphone yang akan muncul di masa depan seperti layar hologram, AI (Artificial Intelligence) *assistance* dalam membalas pesan hingga mengatur jadwal, dan *blockchain security*.