

BAB V

KESIPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui proses pengumpulan data, pengolahan data, hingga proses analisis data mengenai Analisis Variabel - Variabel yang Mempengaruhi *Brand Love* pada Pengguna *Smartphone* Samsung pada Pelanggan di Samsung Center Plaza Marina Surabaya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F yaitu diperoleh hasil 16,865 dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap terhadap cinta merek (*brand love*) pada pengguna *smartphone* Samsung Pada Pelanggan di Samsung Center Plaza Marina Surabaya.
2. Berdasarkan hasil uji t yaitu 3,578 dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap cinta merek (*brand love*) pada pengguna *smartphone* Samsung Pada Pelanggan di Samsung Center Plaza Marina Surabaya.
3. Berdasarkan hasil uji t yaitu 4,111 dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap cinta merek (*brand love*) pada pengguna *smartphone* Samsung Pada Pelanggan di Samsung Center Plaza Marina serta menjadi variabel yang mempunyai nilai tertinggi yang berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap cinta merek (*brand love*).

4. Berdasarkan hasil uji t yaitu 0,544 dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap cinta merek (*brand love*) pada pengguna *smartphone* Samsung pada pelanggan di Samsung Center Plaza Marina Surabaya. Hal ini disebabkan informasi yang diperoleh dari responden belum kuat untuk menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap cinta merek meskipun mean skor tergolong kategori “setuju” atau kuat, kemudian factor lainnya yaitu adanya ekspektasi dari pengguna yang tidak tercapai pada produk *smartphone* Samsung tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Perusahaan yang memproduksi *smartphone* Samsung diharapkan tetap menjaga dan meningkatkan kualitasnya disetiap produk yang akan hadir karena semakin bagus kualitas produknya maka hal ini dapat berdampak pada citra, kepercayaan dan juga dapat mewujudkannya konsumen yang cinta terhadap merek tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memperluas subjek dengan menambah jumlah populasi yang diteliti, menambah indikator pada variabel atau menambah variabel lain diluar variabel yang telah diteliti yang dapat meningkatkan cinta merek (*brand love*). Kemudian melakukan penelitian terhadap produk atau brand lain untuk melihat apa saja faktor yang berpengaruh besar terhadap terciptanya cinta merek (*brand love*) pada kategori produk atau brand yang berbeda karena setiap produk maupun brand mempunyai karakteristik yang berbeda sehingga hasil temuannya mungkin juga akan berbeda.