

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah dianalisis dalam penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan dari penelitian mengenai Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi pada Pelanggan Telepon Pintar Oppo di Jabodetabek), diantaranya:

1. Hipotesis pertama kepuasan pelanggan berpengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan Oppo. Hasil dalam penelitian ini terkait pengalaman kepuasan pelanggan yang didapat oleh pelanggan Oppo dalam penelitian ini sangat baik dan dapat membangun kesetiaan kepada merek ini. Kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dan bernilai tinggi hasilnya dalam penelitian ini sehingga Oppo harus mempertahankan kepuasan pelanggan dan tidak menyiakan segala aspek yang berkaitan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Hipotesis kedua kualitas produk berpengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan Oppo. Hasil dalam penelitian ini terkait pengalaman produk telepon pintar Oppo yang responden beli memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk memiliki nilai yang baik sehingga Oppo harus terus berinovasi dan menjaga kualitas produk-produk telepon pintar yang di jual di pasar.
3. Hipotesis ketiga citra merek tidak berpengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dalam penelitian ini terkait pengalaman yang didapat oleh responden terkait citra merek belum mampu membangun kesetiaan responden kepada merek Oppo. Maka, Oppo tentu harus lebih membangun citra merek yang kuat dan baik terhadap pelanggan mereka.
4. Hipotesis keempat kepuasan pelanggan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dalam penelitian ini terkait ketiga tersebut memiliki hubungan dalam membangun loyalitas pelanggan

Oppo, semakin tinggi nilai yang didapati oleh responden atau pelanggan Oppo maka semakin berpeluang tinggi untuk membangun dan mempertahankan kesetiaan kepada Merek Oppo.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Bagi Perusahaan**

1. Melalui kepuasan pelanggan, Oppo bisa membangun peluang untuk mempertahankan pelanggannya di tengah persaingan. Kepuasan pelanggan yang dirasa oleh pelanggan mereka sangat berpengaruh terhadap kesetiaan. Hasil pengalaman kepuasan seperti harga kompetitif, pelayanan, kualitas produk, faktor emosi pelanggan dan juga kemudahan mendapat produk tentu menjadi pertimbangan bagi Oppo untuk dapat mempertahankan apa yang pelanggan rasakan selama menjadi pengguna telepon pintar Oppo. Lebih dari itu, Oppo tentu bisa meningkatkan kepuasan pelanggan supaya antara pelanggan dengan Oppo menjadi lebih erat dalam arti kesetiaan pelanggannya. Rekomendasi yang dapat Oppo lakukan untuk memperkuat kepuasan para pelanggannya yaitu dengan mempertahankan harga telepon pintar Oppo yang dijual di pasar dan mempertahankan kualitas baik itu produk maupun layanannya. Dari segi produk, Oppo bisa mengembangkan teknologi yang canggih namun tetap ramah kantong seperti pemilihan tepat prosesor, teknologi kamera dan penggunaan layar murah namun berkualitas tinggi. Segi pelayanan dengan memaksimalkan para pelayanan untuk lebih tanggap dalam menangani kebutuhan. Kedua segi tersebut dapat membangun faktor emosi pelanggan dalam penggunaan produk. Terakhir kemudahan mendapatkan dan penggunaan produk, Oppo bisa memberikan perangkat lunak yang ramah pengguna misal interaksi antarmuka sehingga pelanggan tidak dibuat kesulitan dalam penggunaan produknya dan juga dalam sistem pembayaran bisa menggunakan banyak cara untuk memudahkan pelanggan mendapatkan produk.

2. Melalui kualitas produk, Oppo bisa membangun peluang untuk mempertahankan pelanggannya di tengah persaingan. Kualitas produk yang dirasakan saat pelanggan menggunakan telepon pintar Oppo dinilai baik dan cukup mempengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap Merek Oppo. Hasil pengalaman kualitas produk seperti kinerja, keistimewaan, kehandalan, kegunaan, estetika dan juga persepsi menjadi pertimbangan Oppo untuk terus berinovasi melalui produk-produknya serta menjaga kualitas dari telepon pintar itu sendiri. Rekomendasi yang dapat Oppo lakukan yaitu dengan selalu menanamkan prosesor terbaru dan mengintegrasikan kedalam seluruh aspek fitur produknya sehingga telepon pintar tersebut dapat berjalan dengan maksimal. Selain itu, Oppo bisa lebih kreatif lagi dalam pemberian warna pelindung belakang, memperbanyak atribut kamera ataupun interaksi antar muka produk.
3. Melalui citra merek, berdasarkan pengalaman yang pelanggan rasakan dalam pengalamannya terkait citra merek belum mampu membangun kesetiaan kepada merek ini. Hasil dari penelitian ini terkait keunggulan, kekuatan dan keunikan menjadi pertimbangan perbaikan kedepannya bagi Oppo untuk bisa menaikkan citra merek bernilai sangat baik di antara para pelanggannya. Seperti membangun ciri khas telepon pintar Oppo tersendiri diantara telepon pintar lainnya, menciptakan keunggulan produk sehingga produk tersebut kuat di pasaran dan lebih transparansi antara citra yang dibuat dengan kesesuaian pelanggan sehingga terciptanya kesan yang baik. Rekomendasi yang dapat Oppo lakukan yaitu dengan menciptakan sesuatu yang unik dibanding kompetitor lain misal fitur kelengkapan kamera, aplikasi bawaan yang memudahkan pengguna dan memperkuat slogan citra Oppo di masyarakat. Selain itu, Oppo bisa mempromosikan produk-produknya melalui saluran yang kini digemari oleh masyarakat semisal Tiktok dengan membuat iklan semenarik mungkin.
4. Melalui loyalitas pelanggan, berdasarkan pengalaman pelanggan dirasa cukup baik. Hasil penelitian ini terkait pembelian berulang, mereferensikan kepada orang lain, bertahan dengan produk meski ada perubahan harga ataupun tidak

takut menyampaikan saran menjadi pertimbangan Oppo untuk melihat peluang tersebut dan bila perlu meningkatkan lagi. Rekomendasi yang dapat Oppo lakukan yaitu dengan mempermudah lingkungan interaksi antar lini produk dan antar perusahaan dengan pelanggan misal setiap antar produk dalam Oppo baik itu telepon pintar, jam tangan pintar, tablet ataupun audio dapat membentuk ekosistem solid. Selain itu, mendengarkan kritik dan saran dari pelanggan guna memperbaiki harapan pelanggan yang tidak sesuai. Terakhir, mengambil keuntungan dari rekomendasi pelanggan karena secara tidak langsung pelanggan ikut mempromosikan barang maka Oppo harus tetap menjaga kualitas keseluruhan.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadikan pembelajaran untuk meneliti loyalitas pelanggan dalam suatu perusahaan.
2. Peneliti selanjutnya, dapat memilah mana kelebihan dalam penelitian ini yang bisa diambil dan kekurangan dalam penelitian yang bisa diperbaiki atau mungkin mengembangkan dalam penelitian selanjutnya.

### **5.2.3 Bagi Universitas**

1. Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan informasi dan memperkaya referensi di dalam perpustakaan di kampus Universitas Pembangunan Jaya.
2. Diharapkan penelitian ini juga bisa memperkaya referensi penelitian program studi Manajemen yang dilakukan oleh mahasiswanya terutama referensi terkait pada bidang pemasaran.