

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Da

Citra Merek dan Negara Asal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Memilih Produk *smartphone* SAMSUNG Pada Mahasiswa Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISBA”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel X_1 (Citra Merek) terhadap variabel Y (Loyalitas Karyawan) memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,213 atau 21,3%. Artinya Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISBA memberikan tanggapan positif tentang Citra Merek Samsung, hal ini ditunjukkan dengan tingginya keyakinan terhadap citra merek *smartphone* Samsung.
2. Secara parsial variabel X_2 (Negara Asal) terhadap variabel Y (Loyalitas) memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,098 atau 9,8%. Artinya Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISBA memberikan tanggapan positif tentang citra negara asal Samsung, hal ini ditunjukkan dengan tingginya keyakinan terhadap citra merek *smartphone* Samsung.
3. Berdasarkan keseluruhan pemaparan analisis perhitungan statistik pada uji korelasi, persamaan garis regresi, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis, dapat diambil kesimpulan bahwa, secara statistik, variabel citra

merek (X1) dan negara asal (X2) memiliki korelasi sedang dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas (Y), dengan total pengaruh sebesar 31,1%, sedangkan sisanya sebesar 68,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Berdasarkan pembahasan pada bab 4 diatas diperoleh sejumlah permasalahan berkaitan dengan Citra Merek, Citra Negara Asal dan Loyalitas sebagai berikut:

- a. Tanggapan Responden mengenai variabel citra merek dengan dimensi citra produk, mengenai item pertanyaan “Smartphone Samsung memiliki atribut produk berkualitas” Sebagian besar responden menjawab tidak setuju sebesar 51%.
- b. Tanggapan Responden mengenai variabel country of origin dengan dimensi (*Desired Interaction*) Keinginan berinteraksi dengan negara tersebut, mengenai item pertanyaan “Negara merek berasal sebagai negara yang ideal untuk dikunjungi” sebagian besar responden menjawab tidak setuju sebesar 73%

5.2 SARAN

Berdasarkan permasalahan yang berkaitan dengan Citra Merek dan *Country Of Origin* di atas, maka saran sebagai berikut :

- a. Untuk Meningkatkan kepercayaan konsumen atas Citra merek produk, sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan kualitas produknya dari segi bahan baku pembuatan case smartphone.

Dapat menggunakan bahan yang lebih kuat dan tidak mudah pecah. Selain itu juga, lebih memperhatikan kapasitas penyimpanan agar tidak membuat hang apabila ada aplikasi yang cukup besar yang sedang berjalan.

- b. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen atas Country Of Origin produk sebaiknya negara tersebut melakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh citra negara asal produk dalam setiap dimensinya agar dapat semakin meningkatkan kepercayaan atas citra negaranya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara lebih meningkatkan kualitas teknologi khususnya dalam bidang pembuatan smartphone.