

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen pengguna laptop Asus. Studi Kasus Pada Pengguna Laptop Asus di Wilayah Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan didapat sampel akhir 100 responden. Dalam penelitian ini, Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui tingkat loyalitas pengguna Laptop Asus di Wilayah Bandar Lampung. Metode analisis data menggunakan *Customer Loyalty Index (CLI)* dengan hasil Nilai rata – rata *Customer Loyalty Index (CLI)* pengguna Laptop Asus adalah sebesar 73,5%. Nilai 73,5 berada pada rentang 71 hingga 90 persen yang dapat diinterpretasikan bahwa pengguna Laptop Asus loyal terhadap produk Laptop. Loyalitas konsumen akan meningkat jika pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan harus lebih memuaskan dan karyawan yang ramah, sesuai dengan harapan konsumen.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini sudah dilaksanakan sebaik-baiknya sesuai dengan kemampuan peneliti. Hasil penelitian sudah diperoleh, akan tetapi masih terdapat kelemahan-kelemahan yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan-keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jumlah sampel penelitian ini yang dirasa masih belum cukup untuk mewakili populasi dan karakteristik responden yang tidak bervariasi dan merata.
2. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan pengguna Laptop Asus Wilayah Bandar Lampung, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk loyalitas pelanggan di daerah manapun.

5.3 Saran

Menurut hasil penelitian di atas, Loyalitas pelanggan Laptop Aasus sudah baik, namun untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan, guna memaksimalkan hasil, perusahaan perlu memperbaiki dan meningkatkan skor yang masih di bawah rata-rata yaitu sebagai berikut

1. Saran untuk perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas produknya agar mampu bertahan di persaingan pasar elektronik sehingga menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen agar tidak berpaling pada produk lain.
2. Saran untuk produk Asus harus dapat mempertahankan kualitas produk untuk kepuasan konsumen serta memberikan citra baik produk Asus agar konsumen merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lainnya.
3. Saran untuk penelitian berikutnya yaitu diharapkan pengelitiaan melakukan studi terhadap pengguna merek Asus dengan variable yang berbeda salah satunya menggunakan variable penelitian lain seperti *brand image*, *self-image congruece*, ataupun *brand experience* yang dapat mempengaruhi *brand loyalty*.