

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai cara membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan mereka yang dipengaruhi oleh promosi penjualan, persepsi harga, dan citra merek, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Promosi penjualan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk smartphone Oppo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi penjualan Oppo, seperti diskon, cashback, dan promosi lainnya, berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pembelian smartphone Oppo. Ini menunjukkan bahwa promosi penjualan tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan kepuasan pelanggan.
2. Persepsi harga, di sisi lain, tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk smartphone Oppo. Ini menunjukkan bahwa, meskipun persepsi harga dapat memengaruhi keputusan pembelian, tidak ada hubungan yang signifikan antara persepsi harga dan kepuasan pelanggan Oppo di Kota Samarinda dalam penelitian ini. Faktor-faktor seperti lokasi, jumlah responden, dan waktu penelitian mungkin mempengaruhi hasil ini.
3. Citra merek yang baik berdampak positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra merek Oppo, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa strategi Oppo dalam membangun citra merek yang baik, meskipun menawarkan produk dengan harga terjangkau, efektif dalam memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Citra merek yang positif tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membantu Oppo untuk tetap kompetitif di pasar yang sengit. Temuan ini menyoroti pentingnya manajemen citra merek sebagai faktor kunci dalam strategi pemasaran yang sukses, yang perlu terus ditingkatkan guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar.
4. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas mereka. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk Oppo, semakin besar kemungkinan bahwa mereka akan tetap setia menggunakan produk tersebut di masa depan. Hal ini menggaris bawahi pentingnya mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk membangun loyalitas yang kuat. Oleh karena itu, Oppo perlu terus memfokuskan upaya mereka dalam memastikan kepuasan pelanggan dengan produk dan layanan mereka, serta terus mengembangkan inovasi baru yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Langkah-langkah ini tidak hanya akan meningkatkan jumlah pelanggan tetapi juga akan memperkuat posisi Oppo di pasar yang sangat kompetitif.

#### **5.2 Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Sampel Terbatas, penelitian ini hanya dilakukan di Kota Samarinda, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk daerah lain.
2. Metode Pengumpulan Data, data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dapat mengandung bias subjektif dari responden.
3. Variabel Penelitian, penelitian ini hanya mempertimbangkan lima variabel utama, yaitu promosi penjualan, persepsi harga, citra merek, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Faktor lain yang

mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membangun loyalitas pelanggan, seperti kualitas produk atau hubungan pelanggan, tidak dibahas dalam penelitian ini.

4. Waktu Penelitian, penelitian ini dilakukan dalam periode waktu tertentu yang mungkin tidak mencerminkan perubahan dinamika pasar dan preferensi konsumen dalam jangka panjang.

### 5.3 Saran

Berdasarkan analisis tentang cara membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan, yang dipengaruhi oleh promosi penjualan, persepsi harga, dan citra merek, dapat disimpulkan hal berikut:

#### 1. Bagi peneliti

- Bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam jenis-jenis promosi penjualan yang lebih personal dan relevan dengan preferensi konsumen di cabang Antasari. Ini termasuk penggunaan teknik promosi yang menargetkan secara lebih spesifik dan personal, seperti promosi yang disesuaikan dengan profil pelanggan atau preferensi pembelian sebelumnya.
- Bagi peneliti Penting untuk memperluas metode pengukuran persepsi harga, tidak hanya berfokus pada aspek harga murni, tetapi juga mempertimbangkan nilai tambah produk, perbandingan dengan merek pesaing, dan sensitivitas harga konsumen di pasar Antasari.
- Bagi peneliti Perlu untuk menggali lebih dalam bagaimana citra merek Oppo diinterpretasikan oleh konsumen di lingkungan cabang Antasari. Ini mencakup identifikasi elemen-elemen citra merek yang paling mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen, serta faktor-faktor yang dapat memperkuat atau melemahkan citra merek tersebut di mata konsumen.
- Bagi peneliti Langkah terpenting adalah menyusun rencana pengumpulan data primer yang komprehensif dan terstruktur dengan baik. Ini meliputi pengumpulan data langsung dari konsumen yang mencakup preferensi pembelian, tingkat kepuasan, persepsi terhadap harga, interaksi dengan promosi penjualan, dan persepsi terhadap citra merek Oppo. Dengan pengumpulan data yang baik, analisis terhadap pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan lebih akurat dan mendalam.

#### 2. Bagi Perusahaan

- Bagi Manajerial dapat memanfaatkan data pelanggan untuk menyesuaikan promosi penjualan yang lebih personal. Misalnya, berdasarkan data pembelian sebelumnya atau preferensi produk, mereka dapat mengirimkan penawaran khusus yang relevan secara langsung kepada pelanggan melalui email atau aplikasi mobile. Contoh ini menunjukkan bagaimana Oppo dapat menggunakan data pelanggan untuk mengirimkan promosi yang lebih relevan dan meningkatkan kepuasan pelanggan..
- Berdasarkan persepsi harga, manajemen dapat mempertimbangkan strategi harga yang lebih fleksibel dan transparan. Misalnya, mereka dapat menawarkan diskon tambahan atau paket bundling yang menarik untuk produk Oppo tertentu. Dengan demikian, pelanggan merasa bahwa harga yang mereka bayar sepadan dengan nilai yang mereka terima, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap merek.
- Bagi Manajemen dapat fokus pada memperkuat citra merek Oppo melalui pengalaman pelanggan yang positif. Contoh nyata adalah dengan meningkatkan layanan pelanggan di toko fisik Surya Phone cabang Antasari, seperti pelatihan karyawan untuk memberikan pelayanan yang ramah dan membantu, serta memastikan bahwa proses transaksi berjalan lancar dan efisien. Hal ini dapat

meningkatkan persepsi konsumen terhadap citra merek Oppo sebagai merek yang peduli dan berkualitas.

- Bagi Manajemen perlu secara teratur memonitor dan menganalisis indikator-indikator kepuasan dan loyalitas pelanggan. Contoh nyata adalah dengan menggunakan survei pelanggan secara rutin untuk mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap produk Oppo.