

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika mereka memiliki persepsi positif terhadap citra merek suatu produk.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya semakin produk tersebut mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
3. *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya semakin positif *E-WOM* yang diberikan, maka akan semakin kuat kepuasan pelanggan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, peneliti berupaya memberikan beberapa saran yang dapat membantu dalam mengatasi kelemahan yang teridentifikasi serta memberikan nilai tambah dan menjadi sumbangan bagi pengembangan perusahaan dan penelitian yang akan datang.

1. Untuk meningkatkan pemahaman tentang daya tahan produk, perusahaan dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang kekuatan fisik handphone Samsung Galaxy A, termasuk pengujian pada kondisi ekstrem seperti jatuh atau terbentur. Penelitian ini dapat mengidentifikasi lebih lanjut bagaimana ketahanan produk berperan dalam kepuasan pelanggan dan mengembangkan strategi pemasaran yang menonjolkan kekuatan produk sebagai nilai jual utama. Penekanan pada daya tahan fisik dalam kampanye pemasaran dapat meningkatkan persepsi positif dan mendorong pembelian lebih lanjut dari konsumen yang mengutamakan ketahanan produk untuk memperluas jangkauan citra merek, serta meningkatkan layanan purna jual untuk memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap merek.
2. Untuk lebih memahami bagaimana fitur-fitur seperti One UI dan kapasitas penyimpanan besar mempengaruhi pengalaman pengguna, perusahaan

dapat melakukan penelitian yang menilai kepuasan pelanggan terhadap penggunaan fitur-fitur tersebut dalam aktivitas sehari-hari. Penelitian ini bisa mengidentifikasi apakah fitur-fitur tersebut memengaruhi kenyamanan dan efisiensi pengguna, serta bagaimana hal tersebut berdampak pada loyalitas pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat melakukan studi pasar untuk mengetahui fitur tambahan atau perbaikan apa yang diinginkan pelanggan, guna meningkatkan daya tarik produk dan menciptakan diferensiasi dengan kompetitor.

3. Samsung dapat meningkatkan efektivitas rekomendasi produk dengan fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan yang sudah puas. Salah satunya adalah dengan memperkuat interaksi dengan pelanggan melalui media sosial atau aplikasi resmi, mendorong mereka untuk berbagi ulasan positif secara lebih mudah. Perusahaan juga bisa memperkenalkan fitur berbasis komunitas, di mana pelanggan dapat saling berbagi tips atau rekomendasi tentang produk, yang akan memperkuat rasa kebersamaan dan loyalitas terhadap merek. Dengan cara ini, rekomendasi produk bisa lebih sering muncul di media sosial dan menarik perhatian calon pelanggan.
4. Mengingat penelitian ini dilakukan di Platform X, perusahaan perlu memanfaatkan platform tersebut sebagai saluran utama untuk berinteraksi dengan pelanggan. Aktivitas ini dapat meliputi penyebaran informasi produk, menjawab pertanyaan pelanggan, dan aktif dalam diskusi komunitas untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen.
5. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak platform atau saluran komunikasi online agar hasilnya lebih generalisasi. Penambahan variabel seperti harga, layanan pelanggan, atau loyalitas merek juga penting dipertimbangkan. Pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk menggali wawasan lebih mendalam, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.