

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan jawaban dari permasalahan penelitian berdasarkan analisis dan pembahasan serta merupakan bagian penutup dari skripsi ini, dimana akan disusun suatu simpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang bermanfaat untuk pihak peneliti maupun pihak lainnya yang memiliki permasalahan serupa.

A. Simpulan

Simpulan yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat 2 variabel brand community yang tidak mempengaruhi loyalitas merek yaitu Brand Image, dan Persaingan yang tinggi. 3 variabel brand community lainnya (Aspek Hedonis, Sejarah Produk, dan Konsumsi Publik) mempengaruhi Loyalitas Merek Smartphone Blackberry di Palembang.
2. Analisis Diskriptif menyimpulkan bahwa variabel brand community smartphone Blackberry yang memiliki score terbesar adalah brand Image dengan design yang elegan dan kemampuan teknologi yang cukup baik dalam berkomunikasi bisnis menjadikan faktor bergabungnya responden dalam suatu komunitas blackberry di Palembang. Sedangkan, variabel Brand community yang memiliki score terkecil adalah variabel sejarah produk karena kurangnya informasi mengenai blackberry secara rinci, sehingga komunitas tidak begitu memperhatikan dari segi sejarah produknya.

3. Berdasarkan hasil analisis uji simultan, dapat diketahui bahwa brand community yang terdiri dari brand image, aspek hedonis, sejarah produk, konsumsi publik, dan persaingan yang tinggi secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas merek Smartphone Blackberry di Palembang sebesar 25,5%.
4. Variabel yang paling dominan mempengaruhi Loyalitas Merek Smartphone Blackberry adalah Variabel Aspek Hedonis.

B. Saran

1. Bagi perusahaan, *Research in Motion* (RIM) yang kini sedang menghadapi masa-masa kritis dalam menghadapi persaingan yang ketat di negara asalnya. RIM sebagai perusahaan yang melahirkan Blackberry harus gencar memproduksi produk-produknya yang lebih inovatif lagi agar mampu dapat bersaing dan bangkit untuk memenangkan kembali persaingan yang dulu sempat di raih RIM.
2. Bagi Komunitas di Indonesia yang merupakan salah satu negara penjual Smartphone Blackberry terbesar perlu komunitas yang kokoh dan solid agar dapat mempertahankan komunitas yang telah ada dan menjalin relasi lebih banyak lagi sehingga dapat meningkatkan komunitas blackberry yang semakin besar.