

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis peroleh maka pada bab ini penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persentase tingkat *brand loyalty* konsumen ponsel merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya adalah sebagai berikut: tingkat *switcher* memiliki persentase sebesar 69,43% dengan kriteria kuat, *habitual buyer* memiliki persentase sebesar 74,90% dengan kriteria kuat, *satisfied buyer* memiliki persentase sebesar 69,95% dengan kriteria kuat, *liking of the brand* memiliki persentase sebesar 80,37% dengan kriteria sangat kuat dan pada tingkat *committed buyer*/setia memiliki persentase hanya sebesar 65,65% dengan kriteria kuat.
2. Pada tingkatan-tingkatan *brand loyalty* konsumen ponsel merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, diketahui bahwa tingkat *Liking of The Brand* (Pembeli yang Menyukai Merek) memperoleh persentase tertinggi yaitu sebesar 80,37% dengan kriteria Sangat Kuat, hal tersebut membuktikan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa mereka memang menyukai merek Nokia. Sedangkan empat tingkatan lainnya yakni *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer* dan *committed buyer* memperoleh persentase berkisar 60%-80%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan gambaran tingkatan *brand loyalty* ponsel merek Nokia di Jurusan Administrasi Politeknik Negeri Sriwijaya, perusahaan Nokia perlu memperhatikan strategi yang dapat meningkatkan *brand loyalty* konsumen terhadap ponsel merek Nokia. Perusahaan Nokia harusnya menciptakan inovasi baru dan mengembangkan produk ponsel merek Nokia serta mengikuti perkembangan pasar telekomunikasi yang kini sudah banyak menggunakan sistem Android, selain itu untuk menjaga loyalitas konsumen, perusahaan Nokia diharapkan agar tetap menjaga kualitasnya yang dirasa sudah sangat baik oleh konsumen dengan harga yang mampu dijangkau oleh kalangan mahasiswa.
2. Perusahaan Nokia harus dapat mempertahankan konsumen pada tingkat *Liking The Brand* (Pembeli yang Menyukai Merek) yang saat ini memperoleh persentase tertinggi yaitu sebesar 80,37% yaitu dengan terus meningkatkan citra baik merek Nokia sebagai penghasil produk yang berkualitas, agar konsumen tetap menyukai merek Nokia.