

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Gambaran pelaksanaan *customer delight* yang dilakukan Xiaomi pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia, yaitu Gambaran *customer delight* Xiaomi pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia. Gambaran *customer delight* diukur melalui *justice, esteem, security, trust, dan variety*. Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kekuatan *customer delight* pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia cukup baik. Dimensi secara berurutan paling tinggi adalah *trust, variety, security, justice, dan esteem*.
2. Gambaran *customer loyalty* Xiaomi pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia berdasarkan hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kekuatan *customer loyalty* Xiaomi dikategorikan sangat baik. *Customer loyalty* dapat diukur melalui dimensi *repurchase intention, word of mouth, customer retention, dan customer value*.
3. Hubungan pengaruh *customer delight* terhadap *customer loyalty* Xiaomi pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia berpengaruh secara signifikan. Pengaruh secara langsung dan tidak langsung *customer delight* pada *customer loyalty* Xiaomi pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia signifikan dan memiliki nilai total efek yang ukuran interpretasi cukup baik. pengaruh *customer delight* terhadap *customer loyalty* Xiaomi pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia signifikan dan memiliki nilai total efek yang besar

5.2. Rekomendasi

Faktor *loading standard* yang dihasilkan dalam fit model dari penelitian ini menjadi acuan untuk mengetahui mana saja indikator yang memiliki nilai faktor loading standard yang relatif rendah ketika dibandingkan dengan yang lainnya untuk digunakan sebagai masukan kepada pihak perusahaan Xiaomi dalam rangka menerapkan implementasi pengaruh *customer delight* terhadap *customer loyalty* Xiaomi pada pelanggan smartphone dari masyarakat di Indonesia.

Benny Hikmat Ihsan, 2023

PENGARUH CUSTOMER DELIGHT TERHADAP CUSTOMER LOYALTY (SURVEI PADA PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan urutan dari rendahnya faktor *loading standard* pada *fit model* yang diteliti, maka saran yang disampaikan yaitu sebagai berikut:

- 1.a. Perlu ditingkatkan pada tingkat pelayanan agar konsumen lebih dimudahkan dalam menentukan pilihan smartphone.
 - b. Mengevaluasi model dari smartphone agar lebih mudah digunakan.
 - c. Melakukan evaluasi dan merumuskan strategi mutakhir terkait perubahan persepsi konsumen terhadap xiaomi sebagai solusi dari berbagai kebutuhan.
 - d. Meningkatkan kejelasan informasi yang dikeluarkan perusahaan melalui media elektronik ataupun media cetak.
- 2.a. Perlu dievaluasi dan diberi pengarahannya terkait kemenarikan dari pelayanan Xiaomi
 - b. Perlu ditingkatkannya kompetensi yang dimiliki perusahaan
 - c. Perlu ditingkatkannya kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan konsumen
 - d. Melakukan evaluasi dan pengarahannya terkait tingkat ketepatan mengarahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya
- 3.a. Perlu meningkatkan daya tarik Xiaomi sebagai smartphone terbaik dalam pemenuhan kebutuhan konsumen dalam hal teknologi
 - b. Melakukan evaluasi dan membuat strategi dalam intensitas informasi Xiaomi yang diterima konsumen dari media elektronik dan cetak
 - c. Mengevaluasi kebermanfaatan informasi Xiaomi yang diterima konsumen
 - d. Meningkatkan penerapan perusahaan terhadap model aplikasi, atribut desain dan pelayanan Xiaomi agar mampu memberikan emosional yang positif pada konsumen
 - e. Mengevaluasi produk smartphone xiaomi yang banyak dan lengkap dikarenakan tidak semuanya dirasakan oleh konsumen.