

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan uraian bab pembahasan yang sudah dilakukan pada konsumen Samsung dan LG, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yang diantaranya adalah :

Adanya perbedaan terhadap *Brand Association* antar produk Samsung dengan LG. Dapat diketahui bahwa Samsung lebih baik dari pada LG, perbedaan tersebut dikarenakan Samsung selalu konsisten dalam pemenuhan permintaan pasar dan selalu memberikan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan kompetitornya yaitu LG.

Adanya perbedaan terhadap *Perceived Quality* antar produk Samsung dengan LG. Dapat diketahui bahwa Samsung lebih baik dari pada LG, perbedaan tersebut dikarenakan dimata konsumen atau pengguna kualitas Samsung lebih baik, yang ditunjang oleh kinerja serta keandalan produk Samsung yang sangat baik dalam segala sector.

Adanya perbedaan terhadap *Brand Loyalty* antar produk Samsung dengan LG. dapat diketahui bahwa Samsung lebih baik dari pada LG, perbedaan tersebut dikarenakan Samsung mampu meberikan kepuasan pada konsumennya secara konsisten dibandingkan produk LG.

V.2. Saran

Berdasarkan dari penelitian diatas maka, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam kegiatan penjualan pada PT.LG Electronic Indonesia, antara lain :

Sebaiknya PT LG Electronic Indonesia meningkatkan elemen asosiasi merek atau brand association yang salah satunya adalah memberikan produk yang mempunyai manfaat lebih dan harga yang relative murah agar konsumen lebih tertatik ketika ingin memutuskan pembelian produk elektronik

PT. LG Electronic Indonesia juga sebaiknya meningkatkan persepsi kualitas

atau yang disebut juga dengan Perceived Quality dengan meningkatkan kualitas pelayanan, serta meningkatkan kinerja dan ketahanan pada produknya.

PT. LG Electronic Indonesia sebaiknya meningkatkan loyalitas terhadap mereknya atau yang disebut juga Brand Loyalty agar bisa unggul dari Samsung, yang salah satu caranya adalah dengan memaksimalkan kualitas dan ketahanan terhadap produk yang diproduksinya agar konsumen merasa puas dengan produk yang dijual oleh PT. LG Electronic Indonesia.