

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *service quality*, *product attribute*, *brand image* dan *product quality* terhadap variabel *customer trust* pengguna Brilink maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Service quality* berpengaruh dan signifikan terhadap *customer trust* pengguna Brilink Na'am Global Grup.
2. *Product attribute* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap *customer trust* pengguna Brilink Na'am Global Grup.
3. *Brand image* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *customer trust* pengguna Brilink Na'am Global Grup.
4. *Product quality* berpengaruh dan signifikan terhadap *customer trust* pengguna Brilink Na'am Global Grup.
5. *Service quality*, *product attribute*, *brand image* dan *product quality* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap *customer trust* pengguna Brilink Na'am Global Grup.

Berdasarkan angka *coefisiensi* dan nilai t_{hitung} maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap *customer trust* adalah *product quality*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya *service quality* pada Brilink diperhatikan dan ditingkatkan. Misalnya dengan melakukan pelayanan prima setiap saat, memberikan solusi ketika ada keluhan dari konsumen. Pelayanan yang ramah dan baik

akan membuat konsumen merasa puas dan kepercayaan konsumen akan meningkat.

2. Sebaiknya *product attribute* pada Brilink penting sekali untuk diperhatikan seperti Atribut produk memegang peran sangat vital sebagai salah satu hal yang dipertimbangkan oleh nasabah. Nasabah akan mempertimbangkan atribut produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Atribut produk dapat memberikan gambaran yang jelas tentang produk itu sendiri.
3. Sebaiknya *brand image* pada Brilink sebaiknya lebih meningkatkan kepercayaan konsumen supaya persepsi dari nasabah terhadap citra merek yang positif akan menjadi pertimbangan nasabah untuk menggunakan produk atau layanan tersebut. Sehingga membangun citra merek merupakan tugas yang penting bagi bank yang akan membawa nasabah percaya dalam menggunakan produk yang ditawarkan.
4. Sebaiknya *product quality* pada Brilink sebaiknya lebih meningkatkan kemampuan dari suatu produk untuk memperagakan fungsinya. Saat ini, setiap bank menyadari pentingnya kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah yang pada akhirnya akan meningkatkan raihan pangsa pasar. Dengan kualitas produk yang terpercaya maka produk akan senantiasa tertanam sebagai hal yang positif bagi nasabah.
5. Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada pengguna Brilink pada kalangan masyarakat, penulis berharap untuk dapat mengembangkan dan menambah variabel yang akan dilibatkan dalam penelitian guna memberikan dampak yang positif bagi instansi atau konsumen serta bagi dunia pendidikan.