

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pembahasan pada bab sebelumnya berkaitan dengan membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek (studi pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung). Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk masuk dalam kategori tinggi dengan skor rata-rata 4,39 variabel persepsi harga masuk dalam kategori tertinggi dengan skor rata-rata 4,39 variabel citra merek masuk dalam kategori tinggi dengan rata-rata 4,39 variabel kepuasan pelanggan masuk dalam kategori tinggi dengan skor rata-rata 4,22 variabel loyalitas pelanggan masuk dalam kategori tinggi dengan skor rata-rata 4,28.
2. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung.
3. Variabel persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung.

4. Variabel citra merek tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung.
5. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung.
6. Variabel persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung.
7. Variabel citra merek tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung.
8. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung.
9. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan diperoleh kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan akan dipengaruhi kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek secara positif melalui kepuasan pelanggan, pada mahasiswa pengguna *Smartphone* merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung yang menggambarkan bahwa memang besar terdapat pengaruh antara variabel tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti memahami bahwa sepenuhnya masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penulis menggunakan 5 variabel dan diduga masih ada variabel-variabel lain yang mungkin bisa berperan sebagai variabel yang berhubungan dalam penyusunan pengaruh antar variabel tersebut. Menggunakan variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek sebagai variabel bebas. Kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* dan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Diduga variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan dan sebagainya yang mungkin saja berperan sebagai variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga dapat menunjukkan persentase kontribusi yang lebih baik.
2. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner sehingga masih ada kemungkinan kelemahan-kelemahan yang ditemui seperti jawaban yang kurang cermat responden yang menjawab asal-asalan, tidak jujur dan pertanyaan yang kurang lengkap atau kurang dipahami oleh responden benar-benar diisi oleh responden yang bersangkutan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti mendatang

Bagi peneliti mendatang yang akan meneliti tentang variabel yang sama seperti variabel dalam penelitian ini, hendaknya item-item penelitian

dalam setiap variabel lebih diperjelas dan dibuat lebih detail lagi sehingga kemampuan mengukurnya lebih terarah dan hasil ujinya pun menjadi lebih baik. Disarankan untuk mengaitkan hubungan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, karena untuk membangun loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek melalui kepuasan pelanggan juga bisa dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Bagi FPPB (Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi) Universitas Bangka Belitung

Adanya hasil penelitian ini, sebagai sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam hal pengembangan dan tingkat loyalitas pengguna *Smartphone* terhadap produk *Smartphone* merek Samsung. Diharapkan agar item-item variabel yang memiliki nilai kecil dalam penelitian ini untuk dapat diperbaiki dan dikembangkan lagi.

3. Bagi Perusahaan

Membangun loyalitas pelanggan *Smartphone Samsung* perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek untuk dapat lebih memenuhi harapan pelanggan dan menjaga kesetiaan pelanggan agar tetap loyal dalam menggunakan *Smartphone Samsung*.