

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 responden yang merupakan pengguna *smartphone* Samsung di kota Bogor dan sudah melakukan pembelian minimal dua kali, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan arah positif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Samsung maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan arah positif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh Samsung maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan arah positif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Samsung maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas konsumen.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan arah positif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan

harga yang ditawarkan oleh Samsung maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas konsumen.

5. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan arah positif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas konsumen terhadap Samsung.
6. Hasil analisis dari hubungan tidak langsung antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening* menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Samsung akan menciptakan kepuasan pada konsumen sehingga akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen. Hubungan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen adalah *partial mediation*. Hal ini dikarenakan ada tidaknya kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening*, kualitas produk akan tetap berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
7. Hasil analisis dari hubungan tidak langsung antara variabel harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening* menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Artinya, kesesuaian manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh Samsung akan menciptakan kepuasan pada konsumen sehingga akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen. Hubungan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen adalah *partial mediation*. Hal ini

dikarenakan ada tidaknya kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening*, harga akan tetap berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

4.2 Saran

Merujuk pada temuan penelitian ini, peneliti memiliki saran yang dapat dijadikan masukan, berikut saran yang diberikan oleh peneliti :

1. Pada variabel kualitas produk masih ada indikator yang menunjukkan nilai dibawah rata-rata, salah satunya yaitu indikator kemampuan pelayanan. Layanan *service centre* masih dinilai kurang baik oleh konsumen. Meningkatkan komunikasi antara *service centre* dan pelanggan dapat menjadi salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut. Saluran komunikasi yang lebih terbuka dapat membantu dalam mengatasi keluhan pelanggan dengan cepat dan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai proses perbaikan.
2. Pada variabel harga masih ada indikator yang menunjukkan nilai di bawah rata-rata, yaitu keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas. Samsung masih dinilai memiliki harga yang relatif mahal dibandingkan dengan harga *smartphone* merek lain yang memiliki spesifikasi yang lebih baik. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Samsung disarankan untuk melakukan riset pasar secara mendalam. Riset pasar ini dapat membantu perusahaan untuk memahami lebih baik harga yang sekiranya sesuai untuk produk yang ditawarkannya. Selain itu, kualitas produk pun perlu terus ditingkatkan agar konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan.

3. Pada variabel kepuasan konsumen masih ada indikator yang menunjukkan nilai di bawah rata-rata, yaitu penilaian terhadap seluruh kinerja dan kualitas. konsumen memandang kualitas dan kinerja *smartphone* Samsung yang dimilikinya saat ini belum mampu memberikan pengalaman yang terbaik sehingga responden merasa bahwa *smartphone* yang dikonsumsi sebelumnya lebih memberikan pengalaman yang memuaskan. Untuk mengatasi masalah ini, sebaiknya dilakukan evaluasi dan memperhatikan keluhan-keluhan yang diberikan pengguna. Dengan demikian, Samsung dapat memberikan perubahan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.
4. Pada variabel loyalitas konsumen masih ada indikator yang menunjukkan nilai di bawah rata-rata, yaitu minat untuk membeli lini produk lain dan menjadikan Samsung sebagai pilihan utama. Melakukan pemasaran yang lebih gencar dan efektif dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan pemahaman konsumen terhadap keunggulan dan inovasi yang dimiliki oleh lini produk Samsung. Selain itu, penawaran menarik yang diberikan oleh Samsung seperti cashback atau promo eksklusif dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendorong konsumen agar lebih cenderung memilih produk Samsung sebagai opsi utama dan meningkatkan minat mereka untuk membeli lini produk lain yang ditawarkan.