

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang melibatkan 100 konsumen *smartphone* merek Samsung untuk pengujian hubungan antara *customer satisfaction*, *customer inertia*, dan *re-purchase intention*, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu :

1. *Customer satisfaction* memberikan pengaruh yang positif dan bermakna terhadap *customer inertia*. Hal ini dapat berarti bahwa semakin konsumen Samsung merasa puas dengan pembelian produk, maka semakin mereka berpotensi untuk mengalami kondisi pasif untuk beralih merek ataupun produk. Sebaliknya, apabila konsumen Samsung merasa tidak puas, mereka akan aktif mencari opsi lain yang lebih baik.
2. *Customer inertia* mempengaruhi *re-purchase intention* secara positif dan bermakna. Artinya, semakin konsumen Samsung mengalami status quo atau pasif dalam menentukan suatu produk yang digunakan, maka semakin mereka akan memiliki niat untuk melakukan pembelian berulang. Sebaliknya, apabila mereka tidak mengalami kondisi *customer inertia* tersebut, mereka tidak berminat untuk melakukan pembelian berulang.
3. *Customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan bermakna terhadap *repurchase intention*. Dapat diartikan bahwa semakin konsumen yang membeli produk *smartphone* merek Samsung merasa puas atas produk ataupun layanannya, maka semakin mereka akan memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, apabila mereka tidak merasa puas terhadap

pembelian tersebut, mereka tidak akan berniat untuk melakukan pembelian ulang.

4. Tidak ada pengaruh mediasi *customer inertia* antara *customer satisfaction* dan *re-purchase intention*. Hal ini mengartikan bahwa konsumen Samsung yang merasa puas dengan pembeliannya akan tetap berniat untuk melakukan pembelian ulang tanpa perlu adanya kondisi *customer inertia* atau status quo.

4.2 Saran

Bahan pertimbangan penulis dalam menentukan saran penelitian didapatkan melalui nilai-nilai yang terdapat pada rekapitulasi skor jawaban responden. Temuan yang didapat menunjukkan adanya item-item variabel yang nilai rata-ratanya berada dibawah nilai rata-rata total. Menanggapi hal tersebut, penulis menyimpulkan saran-saran yang dapat dilakukan oleh Samsung Electronics. Berikut merupakan saran-saran yang direkomendasikan peneliti untuk menanggapi hasil dari penelitian ini :

1. Penilaian responden terhadap item mutu produk, manfaat produk, fungsi produk, variasi produk, dan ketersediaan produk berada dibawah nilai rata-rata total. Samsung Electronics dapat melakukan bahan evaluasi berdasarkan keluhan responden mengenai fitur-fitur, desain produk, dan ketahanan *smartphone*. Keluhan tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Samsung Electronics untuk menciptakan produk dengan fitur yang lebih bermanfaat, desain produk yang lebih *trendy*, dan ketahanan *smartphone* yang lebih baik.

2. Penilaian responden terkait item ketidakinginan membandingkan produk dan ketidakinginan mencari dan mencoba produk lain berada dibawah nilai rata-rata total. Samsung Elecrtonics dapat menganalisis permintaan dan persediaan secara teratur sehingga konsumen tidak merasakan kehabisan produk apabila melakukan pembelian pada gerai resmi.
3. Penilaian responden terkait item minat bertransaksi kembali dan minat memprioritaskan produk berada dibawah nilai rata-rata total. Samsung Electronics dapat meningkatkan pelayanan pada gerai resmi supaya konsumen merasa terbantu atas permasalahan yang dihadapi ketika melakukan pembelian produk
4. Penelitian selanjutnya dapat menggali lebih lanjut mengenai hubungan antara variabel *customer satisfaction*, *customer inertia*, dan *re-purchase intention*, serta faktor-fator yang mempengaruhi ataupun dampaknya. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pada produk lain atau lokasi yang berbeda dengan cakupan yang lebih luas.