

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terhadap produk Samsung sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, inovasi, dan kepuasan pelanggan selama kualitas ditingkatkan dan kepuasan pelanggan tetap terjaga. Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan inovasi mungkin dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Kepuasan Pelanggan memiliki dampak positif jangka panjang pada loyalitas pelanggannya. yang di mana kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, produk, dan inovasi. Pelanggan yang memiliki persepsi tinggi terhadap produk cenderung mengembangkan sikap pembelian yang positif dan loyalitas yang kuat, yang mendorong mereka untuk menyarankan orang lain untuk membeli barang tersebut. Penelitian ini membantu bisnis dalam membuat strategi pemasaran yang efektif, khususnya dalam menangani masalah sosial. Dengan meningkatkan kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat memaksimalkan kualitas produk dan layanan dan meningkatkan reputasi perusahaan agar pelanggan akan merasa aman jika melakukan pembelian terhadap produk tersebut. sekaligus menjaga kepercayaan konsumen meskipun ada hambatan untuk mengembangkan produk baru

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Metode dalam melakukan kuesioner online menggunakan Google Form memfasilitasi dialog berkelanjutan antara peneliti dan responden, sehingga mengurangi jumlah informasi yang dapat memberikan lebih banyak wawasan tentang produk Samsung saat mengalami pengembangan.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada beberapa variabel, yaitu kualitas produk, loyalitas pelanggan, inovasi, dan kepuasan pelanggan, sehingga tidak sepenuhnya memperhitungkan faktor-faktor lain yang mungkin juga berdampak pada loyalitas pelanggan.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada satu pabrikan, Samsung, sehingga mungkin tidak berlaku untuk produsen atau industri lain.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang dilakukan, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan analisis, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk dan layanan serta inovasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk Samsung. Sangat penting bagi Samsung untuk secara konsisten menyampaikan kepada

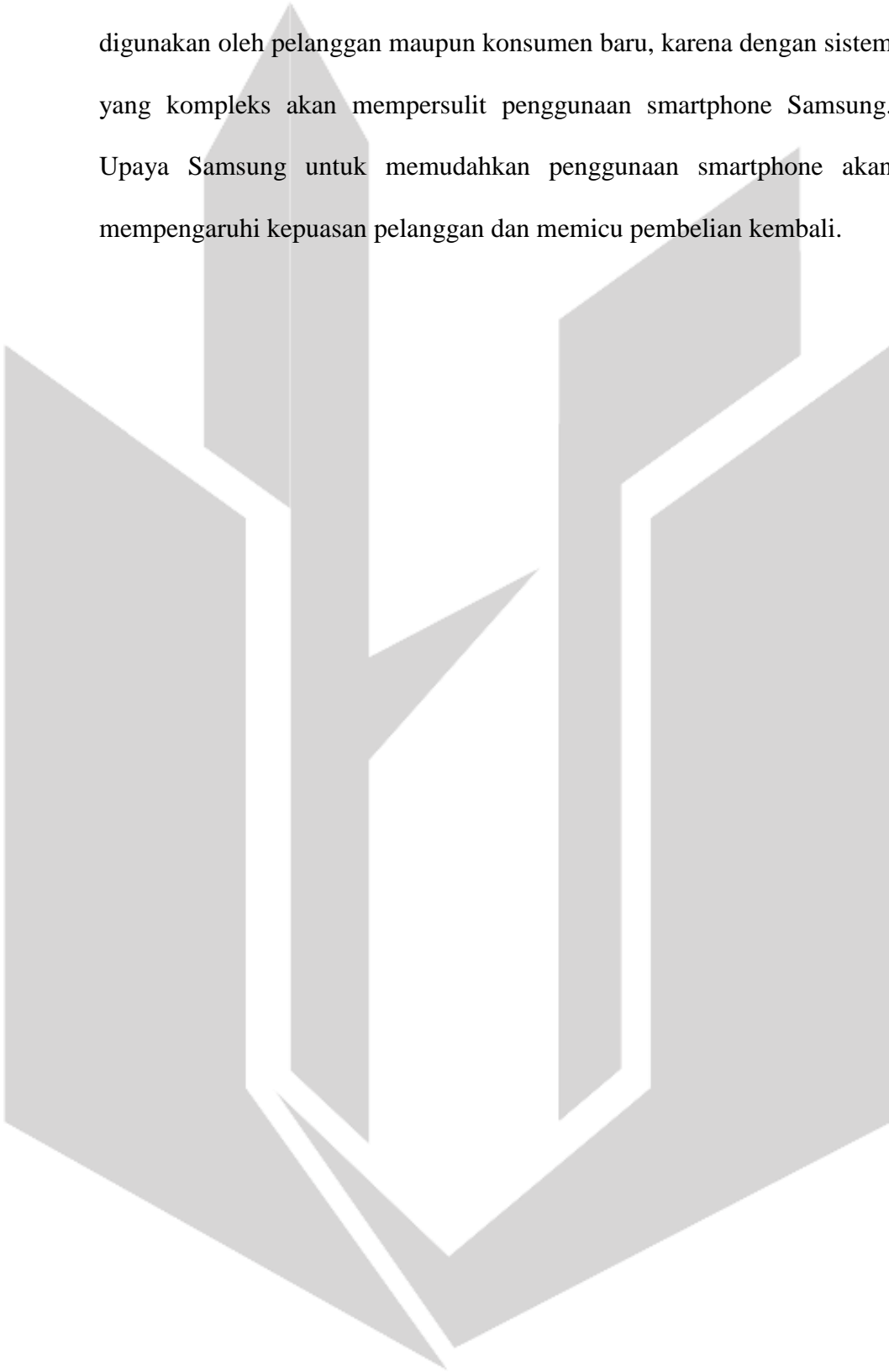
konsumen aspek positif dari produknya, termasuk kualitas produk, kualitas layanan, dan inovasi. Samsung juga harus mengembangkan program loyalitas yang lebih personal dan relevan dengan insentif yang dimulai dengan meningkatkan kualitas produk dan diakhiri dengan menyediakan produk dan layanan terbaik kepada pelanggan berdasarkan preferensi mereka untuk produk Samsung yang telah meningkatkan kualitas dan layanan pelanggan. Samsung dapat memaksimalkan loyalitas pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menumbuhkan loyalitas pelanggan yang positif dengan menggunakan strategi ini.

2. Diharapkan penelitian berbasis data dapat mempengaruhi perubahan variabel lain di luar variabel yang telah diteliti, baik pada objek yang sama maupun berbeda, sehingga dapat memberikan hasil perbandingan yang lebih berwawasan. Sensitivitas terhadap masalah mengenai layar LCD Samsung, AMOLED, juga menjadi masalah karena daya tahannya yang buruk, yang dapat berdampak negatif pada kehidupan konsumen dan pelanggan Samsung. Penelitian lebih lanjut direkomendasikan untuk menentukan bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk dipengaruhi dalam masalah yang disebutkan di atas.

3. Saran dari pernyataan kuesioner yang mendapatkan nilai terendah

Dalam penelitian ini terdapat pernyataan kuesioner dengan nilai terendah dari variabel kualitas produk. Item pernyataan tersebut adalah KP1 “kemudahan menggunakan smartphone Samsung”. Diharapkan Samsung

untuk kedepannya melakukan perubahan pada produk agar lebih mudah digunakan oleh pelanggan maupun konsumen baru, karena dengan sistem yang kompleks akan mempersulit penggunaan smartphone Samsung. Upaya Samsung untuk memudahkan penggunaan smartphone akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan memicu pembelian kembali.



DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Tsalis. (2021). *Kelebihan dan Kekurangan Layar AMOLED yang Perlu Diketahui*. 2022. <https://carisinyal.com/kelebihan-dan-kekurangan-layar-amoled/>
- Ali, B. J. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 09(01), 33–40. <https://doi.org/10.22436/jmcs.09.01.04>
- Ali, B. J., Saleh, P. F., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 65–77. <https://doi.org/10.22161/ijeem.5.2.6>
- Barlian, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Buana Informatika Cbi*, 6(1), 037–043. <https://doi.org/10.53918/jbicbi.v6i1.48>
- Chuenyindee, T., Ong, A. K. S., Ramos, J. P., Prasetyo, Y. T., Nadlifatin, R., Kurata, Y. B., & Sittiwatethanasiri, T. (2022). Public utility vehicle service quality and customer satisfaction in the Philippines during the COVID-19 pandemic. *Utilities Policy*, 75(July 2021), 101336. <https://doi.org/10.1016/j.jup.2022.101336>
- çimen, sabri, Nasution, F. A., & Mokhammad Samsul Arif. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 12(2), 6.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. ., & Kalesaran, E. R. (2017). Jurnal Kemudahan Smartphone. *Acta Diurna*, 6(1), 1–15.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Dian Ayunita N.N. Dewi, M. S. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.

- Dihan, F. N. (2020). *Smartphone: Antara Kebutuhan Dan E-Lifestyle. Smartphone : Antara Kebutuhan Dan E-Lifestyle, 1*(semnasIF), E-315.
- Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon, I. W. J. O. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado)*. 4(1), 109–119.
- Febriani, E., Rahmizal, M., & Aswan, K. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*. 4(4), 333–343.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), “Evaluating structural equation models with unobservable variables and.pdf. *Journal of Marketing Research*, XVIII(February), 39–50.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. In *SAGE* (2nd ed.).
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., & Ringle, C. M. (2012). The use of partial least squares structural equation modeling in strategic management research: A review of past practices and recommendations for future applications. *Long Range Planning*, 45(5–6), 320–340. <https://doi.org/10.1016/J.LRP.2012.09.008>
- Hardiansyah, Z. (2024). *IDC: 5 Besar Vendor Smartphone di Indonesia 2023, Samsung Teratas*. 2. <https://tekno.kompas.com/read/2024/02/23/11000087/idc--5-besar-vendor-smartphone-di-indonesia-2023-samsung-teratas>
- Iskandar. (2023). *Counterpoint: Samsung Kuasai Pasar Smartphone Indonesia dengan Pengapalan 20 Persen pada Q3 2024*. 3. <https://www.liputan6.com/amp/5454094/counterpoint-samsung-kuasai-pasar-smartphone-indonesia-dengan-pengapalan-20-persen-pada-q3-2023>
- Mariansyah, A., Darma, U. B., Syarif, A., & Darma, U. B. (2020). *Pengaruh*

Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga. 3(2), 134–146.

- Marín-García, A., Gil-Saura, I., & Ruiz-Molina, M. E. (2022). Do innovation and sustainability influence customer satisfaction in retail? A question of gender. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 35(1), 546–563. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1924217>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Nurhanansyah, M. F., Hartelina, H., & Nadeak, B. (2022). Hubungan Kualitas dan Harga dengan Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Buana Perjuangan Karawang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1103. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.687>
- Prakoso, G., & Sugiharti, E. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna E-commerce Di Wilayah Jakarta Pusat). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–16. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1985>
- Putra Pradana, R., Arifianto, D., Azizah, H., & Faruq, A. (2021). Sentiment Analysis Komentar Youtube Samsung S20 Menggunakan Metode Majority Vote Samsung S20 Youtube Comments Sentiment Analysis Using Majority Vote Method. *Jurnal Smart Teknologi*, 3(1), 2774–1702. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JSTPENERBIT:UNIVERSITAS MUHAMMADIYAHJEMBER>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rahmatika, A. N. (2021). *PENGARUH PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV. AFKO GROUP JOMBANG.* 2(3), 855–863.
- Rashid, A., Rasheed, R., Amirah, N. A., & Afthanorhan, A. (2022). Disruptive Factors and Customer Satisfaction at Chain Stores in Karachi, Pakistan. *Journal of Distribution Science*, 20(10), 93–103. <https://doi.org/10.15722/jds.20.10.202210.93>

- Rifai, A. (2015). Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk mengukur ekspektasi penggunaan repositori lembaga: Pilot studi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Al-Maktabah*, 14(1), 56–65.
- Santoso, M. Y., Anindita, G., Khairiansyah, M. D., Endrasmono, J., & Setiawan, E. (2022). Analisis Reduksi Spektrum Sinar Biru Berbasis Papercraft Spectrometer pada Layar Ponsel Pintar Berjenis LED. *Jurnal Fisika Flux: Jurnal Ilmiah Fisika FMIPA Universitas Lambung Mangkurat*, 19(2), 95. <https://doi.org/10.20527/flux.v19i2.12129>
- Sarah Septiani, B. P. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO. *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, Vol.14, No.2, 2021, P153-168, 2(2), 122–132. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.559>
- Shantika, N. R., Ardiatama, A. L., & Purwaningrum, O. (2022). Analisis Adopsi Inovasi Teknologi Informasi Dompot Digital DANA Menggunakan Innovation-Diffusion Theory (IDT). 110–117.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta (Issue January).
- Sugiyono. (2019b). *Metodelogi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnalbisnismahasiswa.Com*, 169–178.
- Syafitri, D. I. (2023). *Kenali Layar AMOLED Samsung Sebelum Anda Membeli Ponsel Baru*. 2023. <https://mediaindonesia.com/teknologi/615263/kenali-layar-amoled-sebelum-anda-membeli-ponsel-baru>
- T.husain, A. sani. (2020). *KEPUASAN PELANGGAN TOKO ONLINE YANG DIPENGARUHI KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN*. 5(2), 291–296.
- Tambunan, D. B. (2021). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP BRAND AWARENESS LETTERPRESS . CO*. 6(1).
- Vanessa Aurelia. (2022). *DC: Indonesia's Smartphone Market Starts the Year with a Strong Growth*. <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP52141324>

Wardani, K., & Istiyanto, B. (2022). *Peran Brand Ambassador, Brand Image, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*. 06(01), 551–557.

Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., Ngurah, A. A., & Aristayudha, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 90.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2792>