

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 19.0 maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Nokia maka para pengguna *handphone* Merek Nokia akan merasa semakin puas.
2. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna *handphone* merek Nokia maka akan membuat pengguna *handphone* merek Nokia menjadi loyal.
3. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan menurunkan tingkat niat berpindah yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna *handphone* merek Nokia maka akan mengurangi niat berpindah pengguna *handphone* Nokia ke merek *handphone* lain.
4. Dalam penelitian ini, temuan yang di peroleh oleh peneliti yaitu terdapat 2 jalur diagram dalam penelitian ini, dimana :
 - a. Kualitas produk dapat membentuk kepuasan, dimana ketika sebuah kepuasan terbentuk maka berdampak terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. Kualitas produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan, dimana ketika sebuah kepuasan terbentuk maka berdampak terhadap niat berpindah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan berdasarkan karakteristik responden tanpa memperhitungkan segi demografis dan geografis. Hal ini dimungkinkan terdapat batasan hasil dalam penelitian.
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan varian produk Nokia akan tetapi tergantung pada responden yang didapat berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran – saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk Nokia
 - a. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kualitas produk yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai kehandalan dari produk Nokia. Bagi pihak Nokia diharapkan agar lebih memperhatikan kehandalan pada *handphone* Nokia. Hal ini dapat dilakukan oleh Nokia dengan cara lebih meningkatkan kualitas baterai yang sering menggebu dan LCD yang mudah rusak.
 - b. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepuasan pelanggan yang paling rendah adalah item pernyataan pengguna merasa puas menggunakan

handphone Nokia, ini dapat menggambarkan bahwa para pengguna masih merasa kurang puas terhadap apa yang telah diberikan oleh Nokia. Hal yang dapat dilakukan oleh Nokia yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan *handphone-handphone* merek lain yang ada di pasaran. Seperti yang terdapat dari kuesioner terbuka yaitu tentang kualitas produk Nokia masih kurang lengkap fitur-fiturnya bila dibandingkan dengan merek *handphone* lain yang ada saat ini.

- c. Dilihat dari hasil olah data pada variabel loyalitas yang paling rendah yaitu item pertanyaan pengguna akan terus menggunakan Nokia. Dimana hal ini menunjukkan responden tidak loyal terhadap Nokia. Hal ini dikarenakan banyaknya *smartphone* yang memiliki fitur lebih canggih daripada Nokia.
- d. Dilihat dari hasil olah data pada variabel niat berpindah yang paling rendah yaitu item pernyataan pengguna akan berpindah ke merek *handphone* lain. Dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai niatan untuk berpindah ke merek *handphone* lain, seperti yang dijelaskan pada kuesioner terbuka alasan responden mempunyai niatan untuk berpindah ialah karena banyaknya merek-merek *handphone* yang menawarkan fitur-fitur yang lebih canggih.

2. Untuk Penelitian Berikutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih sesuai dengan asumsi *Goodness-of-Fit* Indeks, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah teori yang mampu mendukung dan menyempurnakan model.

- b. Dalam kuesioner perlu adanya tambahan dalam indikator pernyataan dari jurnal ain. Agar dapat mencakup keseluruhan niat berpindah dalam produk Nokia.
- c. Perlu adanya tambahan proporsi wilayah dalam kuesioner, agar dapat mencakup keseluruhan wilayah di Surabaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, Liza dan Carolina. 2011. “ Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* (2011) Volume: 6, Issue: 1, Publisher: Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University, Pages: 22-31.
- Augusty, Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister Dan Disertai Doktor*. Semarang: BP.UNDIP.
- Cater, Barbara dan Thomas. 2009. ” Relationship Value –Based Antecedents Of Customer Satisfaction And Loyalty In Manufacturing”. *Journal Of Business & Industrial Marketing*.
- Firman, Muhammad dan Chandrataruna. *Dua Vendor Ponsel Lokal Masuk 5 Besar*. (<http://teknologi.news.viva.co.id>. Diakses tanggal 20 Maret 2013).
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver 19.0*. Semarang : BP.UNDIP.
- Griffin, Jill.2005. *Customer Loyalty:Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hoq, Mohammad dan Amin. 2010. “*The Role of Customer Satisfaction to Enhance Customer Loyalty*”. *Journal of Business Management*.
- Http://www.icsa-indo.com/winner/icsa_2010.html. (Diakses tanggal 20 Maret 2013).
- <Http://www.nokia.com>. Diakses tanggal 22 Maret 2013.
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2011. *Marketing An Introduction*. Global Edition. Penerbit Pearson.
- Kristanto, Paulus. 2011. *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (teori dan praktek)*. Edisi pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Milang, Rahmadina. 2007. “Analisis Pengaruh Switching Cost Terhadap Swithing Intention Konsumen GSM. Pascabayar: Studi Kasus Pengguna Kartu Halo Telkomsel Di Jakarta.” *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 4*.

- Mohsan, Faizan., et al. 2011. "Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan". *International Journal of Business and Social Science*.
- Prabowo, Budi. 2008. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. ASTRA Surabaya.
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Salemba empat.
- Solimun. 2005. *Aplikasi Software Amos: Structural Equation Modeling*.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang : Penerbit Bayu Media Publishing.