

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesa dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan dari hasil penelitian ini dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Kualitas yang dirasakan berpengaruh secara signifikan positif terhadap sikap atas merek pada pengguna *handphone* Nokia di Surabaya. Dengan demikian pengguna yang menilai bahwa *handphone* Nokia berkualitas baik akan memiliki rasa percaya diri pada saat menggunakannya.
2. Sikap atas merek berpengaruh secara signifikan positif terhadap Loyalitas Merek pada pengguna *handphone* Nokia di Surabaya. Dengan demikian pengguna yang menilai bahwa *handphone* Nokia menjamin kepuasan dan tidak pernah mengecewakan akan membuat mereka loyal terhadap merek.
3. Kualitas yang dirasakan berpengaruh secara signifikan positif terhadap Loyalitas Merek pada pengguna *handphone* Nokia di Surabaya. Dengan demikian kualitas yang baik dan kelengkapan fitur *handphone* Nokia yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, akan membuat pengguna menjadi loyal terhadap merek.
4. Sikap atas merek merupakan variable intervening pada pengaruh kualitas yang dirasakan terhadap Loyalitas Merek pada pengguna *handphone* Nokia di Surabaya. Dengan demikian kualitas yang baik dan fitur yang sesuai kebutuhan

dapat menimbulkan rasa percaya diri pada pengguna serta menciptakan loyalitas pada merek Nokia.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

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

1. Jumlah sampel yang masih terbatas pada kota Surabaya sehingga belum diperoleh gambaran yang lebih obyektif atas kondisi pasar Nokia.
2. Reponden dalam penelitian ini didominasi mahasiswa yang dirasa belum cukup menunjukkan keterwakilan atas pengguna *handphone* Nokia secara keseluruhan.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan analisis yang dilakukan maka dapat diberikan saran – saran yang sekiranya bermanfaat bagi pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran – saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Nokia
  - a. Berdasarkan hasil olah data pada variabel kualitas yang dirasakan, hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai penilaian pengguna yang merasa fitur pada *handphone* Nokia kurang lengkap. Pihak Nokia diharapkan untuk meningkatkan kelengkapan fitur pada *handphone* Nokia seperti aplikasi dan permainan, kualitas grafik pada layar, disain *handphone* yang menarik serta aksesoris dan aplikasi penunjang lain yang dibutuhkan pengguna.

- b. Dilihat dari hasil olah data pada sikap atas merek, hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai pembelian *handphone* Nokia karena alasan merek. Hal ini diharapkan pihak Nokia lebih memperhatikan tren sikap pengguna dimana merek Nokia itu sendiri saat ini kurang mendorong atau menarik pengguna untuk melakukan pembelian pada *handphone* bermerek Nokia
  - c. Berdasarkan hasil olah data pada variabel loyalitas merek, hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai pernyataan pengguna akan membeli *handphone* merek lain yang lebih murah. Hal ini berarti harga yang ditetapkan perusahaan dapat mempengaruhi tindakan pengguna *handphone* untuk tidak membeli *handphone* Nokia. Diharapkan pihak Nokia menawarkan produk *handphone* dengan harga yang kompetitif khususnya pada produk-produk baru keluaran Nokia sehingga akan dapat menciptakan loyalitas merek pada pengguna *handphone* Nokia dan pembelian *handphone* Nokia secara berkelanjutan.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
    - a. Untuk memperoleh gambaran lebih obyektif yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini dan tidak terbatas pengambilan sampel hanya di Surabaya sehingga dapat lebih representatif.

- b. Menambah variabel penelitian yang potensial berpengaruh terhadap Loyalitas Merek untuk mendapatkan hasil optimal dengan teknik analisis data menggunakan SEM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nokia Corporation Finlandia. 2012. *Buku Laporan Tahunan tentang Board of Directors and Nokia Annual Accounts 2011*.
- Kotler, Philip, 2005. *Marketing Management*. The Eleventh Edition. New Jersey. Prentice-Hall Inc.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi keempat. Indeks. Jakarta
- Juliansyah Noor. 2011. “Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah”. Kharisma Putra Utama. Jakarta.
- Fandy Tjiptono, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. C.V Andi Offset. Yogyakarta.
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Erdogmus and Isil Budeyri Turan : 2012. “The Role of Personality Congruence, Perceived Quality and Prestige on Ready to Wear Brand Loyalty”. *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol. 16 Iss: 4 Pp 399-417.
- Che Aniza Binti Che Wel, PHD, Syed Shah Alam, PHD, Sallehuddin Mohd Nor December, 2011. “Factors Affecting Brand Loyalty: An Empirical Study in Malaysia”. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. Pp 777-783.
- Xiao Tong and Jana M. Hawley, 2009. “Measuring Customer-Based Brand Equity: Empirical Evidence From The Sportswear Market In China”. *Journal of Product & Management*. Pp 262-271. Jurnal. Halaman, kota, penerbit.

- Paul C.S. Wu and Yun Chen Wang, 2011. "The Influences Of Electronic Word-Of-Mouth Message Appeal and Message Source Credibility on Brand Attitude". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 23 Iss: 4 Pp 448-472.
- Fang Liu, Jianyao Li, Dick Mizerski, Huangting Soh, 2012. "Self-Congruity, Brand Attitude, and Brand Loyalty: A Study on Luxury Brands". *European Journal of Marketing*. Vol. 46 Iss: 7 Pp. 922 – 937.
- Hossien Emari1, Ali Jafari and Mehdi Mogaddam, 2012. "The Mediatory Impact of Brand Loyalty and Brand Image on Brand Equity". *African Journal of Business Management*. Vol. 6(17), Pp. 5692-5701.
- Hatta. 2012. "Indonesia di mata Presdir Nokia Indonesia". *Warta ekonomi* (online), diakses 25 September 2012.
- Susetyo Dwi Prihadi. 2012. "Q1 2012, Nokia Rugi USD 1,2 Miliar". *Detikinet* (online), diakses 28 September 2012.
- Trends- Google.com. 2012. "Tren Pencarian Produk Pesaing Nokia", diakses 29 September 2012.
- the-marketeers.com (online). "10 Merek akan hilang di tahun 2012", diakses 24 Juni 2012.
- Kompas.com (online), "Penutupan Pabrik Nokia di Finlandia". Diakses 24 Juni 2012.
- bbc.co.uk (online), "Nokia Mencatat Kerugian Besar", diakses 19 April 2012.