

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan *Structural Equation Modelling* pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan :

1. Pengaruh antara Nilai Yang Dirasa terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan. Maka hipotesis pertama (H1) memperoleh dukungan dan teruji kebenarannya.
2. Pengaruh antara Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan. Maka hipotesis kedua (H2) memperoleh dukungan dan teruji kebenarannya.
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh tidak signifikan. Maka hipotesis ketiga (H3) tidak diterima dan tidak teruji kebenarannya.
4. Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi antara nilai yang dirasa dengan Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh tidak signifikan. Maka hipotesis keempat (H4) tidak diterima dan tidak teruji kebenarannya.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

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

1. Wilayah penelitian hanya sebatas area Surabaya wilayah tertentu.
2. Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden sehingga kemampuan menjadikan hasil penelitian untuk mendapatkan gambaran nyata dari pengguna handphone dalam sampel penelitian tersebut dirasa masih kurang.
3. Penentuan responden yang diperoleh harus disesuaikan dengan variabel agar memberikan data validasi sesuai dengan penelitian untuk mendapatkan gambaran tentang nilai yang dirasa, kepercayaan merek, terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada handphone Samsung android di surabaya.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu ataupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain :

#### **1. Bagi Perusahaan Handphone Samsung android**

Nilai yang dirasakan yang ditawarkan oleh perusahaan dapat membentuk persepsi konsumen atas kinerja perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk mendengarkan keluhan – keluhan konsumen perihal produk Samsung android tersebut, seperti menambah daya ketahanan baterai, karena di Indonesia sendiri handphone Samsung android banyak yang menggunakan handphone Samsung android untuk mengakses data internet yang tentunya hal tersebut akan mengurangi daya baterai dengan

cepat, oleh karena itu perusahaan perlu meningkatkan daya ketahanan baterai dan kualitas produknya.

Produk yang sesuai dengan harapan konsumen dapat menciptakan kepuasan dibenak konsumennya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan tersebut untuk lebih meningkatkan lagi kualitas handphone Samsung android untuk lebih maksimal sehingga pengguna bisa loyal terhadap handphone Samsung android.

## **2. Bagi peneliti yang akan datang**

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji ulang penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya dengan menggunakan variabel - variabel lainnya sehingga diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih baik selain itu diharapkan peneliti selanjutnya bisa menggunakan sampel yang lebih besar dan menambah jumlah indikator dengan tujuan agar lebih mengeksplorasi hasil penelitian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ferdinand Augusty.2002. *Structural Equation Modeling* dalam penelitian manajemen : aplikasi model – model rumit dalam penelitian untuk tesis magister dan disertai doktor. Semarang : BP.UNDIP
- Freddy Rangkuti. 2002.“*Measuring Customer Satisfaction*”. Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2004.“ *The Power of Brands: Teknik Mengelola Equity & Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*”. Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing, Malang
- Husein Umar, 2000, *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Imam Ghozali.2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver 19.0*. Semarang : BP.UNDIP
- <http://berapahargahp.blogspot.com>, 2012
- <http://blogzpot.wordpress.com> diakses 5 desember 2012
- <http://www.beritasatu.com> diakses tanggal 9 desember 2012
- Juliansyah Noor. “*Metodologi Penelitian:Skripsi,Tesis,Disertasi dan Karya Ilmiah*”, Penerbit : Prenada Media Group
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. PT. INDEX, Indonesia
- Kottler, Philip, dan G. Amstrong. 2010. *Marketing In Introduction*. New Jersey : Person
- Malhotra, Naresh K. 2009. “*Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*”. Edisi keempat. Jakarta : Indeks
- Minto Waluyo. 2009. *Panduan Equation Modeling*. Jakarta Penerbit Indeks
- McDougall, and Levesque (2000), “*Costumer Satisfaction with service : putting perceived value into the equation* “,**Journal of Services Marketing**, Vol. 14, N0.5. p.392 -410

- Mochamad Afif. 2011. “ Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank CIMB NIAGA di Surabaya “. Skripsi fakultas ekonomi, STIE Perbanas Surabaya.
- Nina Rahmayanty 2010, “*Manajemen Pelayanan Prima*” Jakarta : Penerbit Graha Ilmu Yogyakarta
- Ovy Ayuning Nareswari. 2012. Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Loyalitas Empat Merek *Handphone* di Indonesia (ejournal s1.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/56/66)
- Puspito, 2005, *Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Rully Arlan Tjahyadi, 2006, Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 1 “*Brand trust dalam konteks loyalitas merek: peran karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik hubungan pelanggan-merek*”.
- Sheng-Hsun Hsu, Wun-Hwa Chen dan Jung-Tang Hsueh, 2007, Total Quality Management Vol.17 “*Application of customer satisfaction study to derive customer knowledge*”.
- Santoso, 2000, Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik, Penerbit PT. Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Salemba empat.
- Sugiyono. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung Penerbit Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2009, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabet
- Sutisna ,2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Talat Mahmood Kiyani et al., 2012, Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business Vol 4, No 1 “*the relationship between brand trust, customer satisfaction and customer loyalty. (evidence from automobile sector of pakistan)*”.
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen “ Implikasi pada Strategi Pemasaran*”.