

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan uji hipotesa yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dijelaskan antara lain sebagai berikut:

1. Citra merek yang baik dapat meningkatkan kualitas yang dirasa pengguna Blackberry di Surabaya. Hal ini membuktikan kebenaran hipotesis pertama.
2. Citra merek tidak mempengaruhi niat beli Blackberry di Surabaya. Karena konsumen Indonesia lebih mengikuti gaya hidup dan pengaruh kelompok tertentu.
3. Citra merek yang baik yang dibangun Blackberry dapat meningkatkan nilai yang dirasa pengguna Blackbeery di Surabaya. Hal ini membuktikan kebenaran hipotesis ketiga.
4. Kualitas yang dirasa pengguna Blackberry tidak mempengaruhi niat beli Blackberry di Surabaya. Karena seperti dijelaskan sebelumnya bahwa konsumen Indonesia lebih mengikuti gaya hidup dan pengaruh kelompok tertentu.
5. Nilai yang dirasa pengguna Blackberry adalah positif sehingga mampu meningkatkan niat beli terhadap Blackberry di Surabaya. Hal ini membuktikan kebenaran hipotesis kelima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Komposisi responden dalam penelitian ini belum proporsional. Responden terbanyak masih didominasi oleh pelajar/mahasiswa diikuti oleh karyawan swasta di posisi kedua.
2. Asumsi *Goodness-of-Fit Indices* dalam SEM belum mampu terpenuhi seluruhnya.
3. Peneliti tidak mendapat ijin untuk menyebarkan kuesioner pada salah satu konter penjualan Blackberry di salah satu perbelanjaan elektronik di Surabaya, sehingga peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden di pusat perbelanjaan elektronik.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diberikan untuk pihak-pihak yang terkait di dalam penelitian ini yang antara lain akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Blackberry di Surabaya
 - a. Dilihat dari hasil olah data pada variabel citra merek yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai perbandingan ponsel Blackberry dengan ponsel lain, Blackberry adalah merek ponsel yang berkualitas tinggi. Se jauh

ini kualitas ponsel Blackberry memang sudah baik, hanya saja ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan seperti kualitas pinggiran ponsel terutama pada seri *curve* yang terbuat dari karet masih mudah sekali rusak, opsi yang dapat dilakukan oleh Blackberry adalah dengan menggunakan kualitas karet yang lebih keras atau menggunakan *casing* plastik keras. Pada seri *Bold* adalah borosnya penggunaan daya baterai, opsi yang dapat dilakukan Blackberry adalah dengan meningkatkan kapasitas baterai dan memperbaiki manajemen daya pada ponsel Blackberry. Selain itu bagi pihak Blackberry diharapkan agar lebih memperhatikan kualitas tiap ponselnya yang dilepas ke pasar ponsel agar para penggunanya mendapatkan ponsel yang diharapkan yaitu Blackberry dengan kualitas yang tidak kalah dengan pabrikan sejenis yang menawarkan kualitas yang sama dengan kisaran harga yang sama pula.

- b. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kualitas yang dirasa yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai Blackberry menawarkan produk dengan kualitas yang tetap, dari indikator pernyataan ini dapat menggambarkan bahwa para pelanggan masih merasa ragu-ragu terhadap kualitas Blackberry yang stabil pada tiap produknya. Terbukti dengan adanya data keluhan pelanggan akan ponsel Blackberry mereka yang sering mengalami *hang* tiba-tiba. Hal yang dapat dilakukan oleh Blackberry yaitu dengan cara meningkatkan kualitas dari tiap produknya mulai dari tipe *low end* sampai tipe *high end*, sehingga penggunanya merasakan kualitas yang sama dari ponsel Blackberrynya tanpa adanya perbedaan kualitas yang

kentara dan dengan diperbaikinya kualitas *hardware* dan *software* sehingga meningkatkan kualitas dan meminimalisir keluhan akan ponsel Blackberry.

- c. Dilihat dari hasil olah data pada variabel nilai yang dirasa yang paling rendah yaitu item pernyataan mengenai Blackberry menetapkan harga yang wajar dibandingkan pesaing serta mengenai Blackberry memenuhi harapan pengguna. Dari indikator mengenai harga yang ditetapkan Blackberry adalah wajar, banyak dari pengguna yang merasa bahwa Blackberry masih terlalu mahal dalam menetapkan harga dari produknya. Hal ini dikarenakan sekarang ini semakin banyak ponsel yang lebih murah dari Blackberry namun menawarkan fitur yang lebih menarik daripada Blackberry seperti contoh Android. Maka pengguna merasa bahwa Blackberry masih terlalu mahal dalam menetapkan harga, karena dengan harga yang sama pengguna dapat memperoleh ponsel dengan fitur lebih banyak dibandingkan Blackberry. Terkait dengan indikator Blackberry memenuhi harapan pengguna. Banyak pengguna yang mengeluhkan banyaknya keluhan pada ponsel Blackberrynya seperti *Display Picture* BBM yang tidak stabil, kadang muncul dan kadang hilang serta munculnya jam berputar yang membuat Blackberry lemot. Hal ini membuktikan bahwa Blackberry belum memenuhi harapan penggunanya. Hal yang dapat dilakukan Blackberry untuk memperbaiki keadaan ini adalah dengan melakukan perbaikan pada *hardware* dan *softwarena*nya agar kinerja ponsel Blackberry semakin baik, selain itu perbaikan server menjadi lebih baik akan mengurangi masalah stabil tidaknya jaringan sehingga tidak ada keluhan mengenai *display picture* yang tidak bisa diganti maupun sering

hilang dan diharapkan mampu memenuhi harapan pengguna serta kedepannya Blackberry diharapkan mampu menetapkan harga yang wajar sesuai dengan fitur yang didapatkan oleh pengguna.

- d. Dilihat dari hasil olah data pada variabel niat beli yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai maksud untuk membeli Blackberry di kemudian hari. Dari hal ini menunjukkan bahwa pengguna masih ragu untuk membeli Blackberry dikarenakan kualitas yang dirasa serta nilai yang dirasa oleh pengguna masih memiliki banyak keluhan pada ponsel Blackberry mereka seperti keluhan-keluhan yang sudah disebutkan peneliti sebelumnya. Selain itu semakin banyak ponsel dengan sistem operasi terbaru yaitu Android yang kaya fitur menarik akan semakin membuat pengguna berpikir dua kali untuk lebih memilih membeli Blackberry sebagai pilihan pertama. Hal yang dapat dilakukan Blackberry yaitu dengan melakukan perbaikan baik dari segi kualitas maupun segi harga serta kinerja ponsel Blackberry sehingga sesuai dengan harapan pengguna. Dengan begitu diharapkan pengguna akan lebih memilih untuk membeli ponsel Blackberry dibandingkan ponsel lain. Karena seperti diketahui bahwa Blackberry memiliki fitur andalan yaitu *Blackberry Messenger* (BBM) yang sangat digemari. Jangan sampai hanya karena kualitas dan kinerja yang kurang mumpuni, fitur andalan Blackberry ini menjadi menurun popularitas dan penggunaannya.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

- a. Sebaiknya komposisi responden yang digunakan lebih proporsional dan merata sehingga tidak terpusat pada satu kelompok responden tertentu.

- b. Ada baiknya menetapkan kriteria responden yang lebih detail sehingga lebih fokus dan mampu mewakili karakteristik sampel yang diinginkan secara lebih akurat.
- c. Pada kriteria responden agar diperhatikan wilayah sebaran kuesioner agar mencakup dan mewakili seluruh wilayah Surabaya.
- d. Untuk mendapatkan hasil yang lebih sesuai dengan asumsi *Goodness-of-Fit Indices*, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah teori yang mampu mendukung dan menyempurnakan model sebelumnya

DAFTAR RUJUKAN

- Andi Supangat. 2008. *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi Dan Nonparametrik*. Prenada Media Group, Bandung
- Budi Prabowo. 2008. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. ASTRA Surabaya*
- 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: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- <http://id.wikipedia.org/wiki/BlackBerry> diakses 7 Oktober 2013
- <http://m.merdeka.com/uang/ketika-jutaan-pengguna-blackberry-marah-kepada-rim.html> diakses 10 Oktober 2013
- <http://forumdukungan.blackberry.com/t5/forums/recentpostspage/post-type/thread> diakses 10 Oktober 2013
- <http://www.berryindo.com/forum/topic/keluhan-blackberry-z10> diakses 10 Oktober 2013
- Imam Ghozali. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver 19.0*. BP.UNDIP. Semarang
- Imam Ghozali. 2013. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 21.0*. BP.UNDIP. Semarang
- Iramani, 2011. *Modul Statistika 1*.STIE Perbanas Surabaya
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevil. L. 2003. *Marketing Management*. Edisi 12 Pearson International
- Maholtra, Nearest K. 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid 1*. Indeks. Jakarta
- Muhammad Irfan Tariq, Muhammad Rafay Nawaz, Muhammad Mussarat Nawaz, Hashim Awais Butt. 2013. *Customer Perceptions About Branding And*

Purchase Intention: A Study Of FMCG In An Emerging Market. Journal of Basic and Applied Scientific Research. Textroad Publication

Rosady Ruslan. 2010. Metode Penelitian: *Public Relations* dan Komunikasi. Rajawali Pers. Jakarta.

Solimun. 2005. Aplikasi Software Amos: *Structural Equation Modeling*

Sugiyono. 2004. Metodologi Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung

Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen “Implikasi pada Strategi Pemasaran”. Graha Ilmu. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2011. Manajemen & Strategi Merek. Andi. Yogyakarta

Uma Sekaran. 2006. *Research Methods For Business*. Salemba Empat. Jakarta.

Ya-Hui Wang, Cing-Fen Tsai. 2014. *The Relationship Between Brand Image And Purchase Intention: Evidence From Award Winning Mutual Funds. The International Journal of Business And Finance Research, Vol. 8 Number 2*