

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Faktor *Performance* berpengaruh positif terhadap Kepuasan. Jadi jika Faktor *Performance* yang dimiliki *smartphone* OPPO berkualitas bagus maka Kepuasan juga akan semakin bagus dan meningkat.
2. Faktor *Recomendation* berpengaruh positif terhadap Kepuasan. Jadi jika Faktor *Recomendation* yang dimiliki *smartphone* OPPO meningkat dan semakin tinggi maka Kepuasan juga akan semakin meningkat.
3. Faktor *Operation Facilities* berpengaruh positif terhadap Kepuasan. Jadi jika Faktor *Operation Facilities* yang dimiliki *smartphone* OPPO berkualitas bagus maka Kepuasan juga akan semakin bagus dan meningkat.
4. Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas. Jadi jika Kepuasan tentang *smartphone* OPPO meningkat dan semakin tinggi maka Loyalitas juga akan semakin meningkat.
5. Gender tidak berpengaruh pada hubungan moderasi antara Faktor Produk (*Performance, Recomendation, Operating Facilities*) terhadap Kepuasan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritik, metodologis dan teknis pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut :

1. Terdapat kendala dalam melakukan pencarian responden di beberapa kampus seperti Universitas Bhayangkara dan Universitas 17 Agustus, dikarenakan tidak banyak mahasiswa yang menggunakan *smartphone* OPPO.
2. Mengalami sedikit kesulitan dikarenakan keterbatasan waktu dalam penelitian ini, beberapa responden yang menolak meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner karena sedang mengerjakan tugas kuliahnya.

5.3 Saran

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut :

1. Saran bagi PT. Indonesia OPPO Electronics

Pada penggunaan *smartphone* OPPO dibutuhkan faktor produk yang berkualitas, karena dengan kualitas produk yang baik dari segi *Performance*, *Operational Facilities* dan *Recommendations smartphone* OPPO akan memberikan kepuasan pada pengguna *smartphone* OPPO. Kepuasan penggunaan *smartphone* OPPO juga sangat diperlukan karena jika kualitas produk sangat baik dan produk tersebut memenuhi harapan penggunaannya maka pengguna akan merasa puas. Sehingga pengguna *smartphone* OPPO akan merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan *smartphone* OPPO. Dalam hal ini gender juga

harus lebih diperhatikan agar pengguna tetap merasa puas dengan penggunaan *smartphone* OPPO.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan peneliti harus lebih cermat dan mendampingi responden dalam pengisian kuesioner agar responden dapat mengisi data identitas responden secara lengkap dan jelas. Pada penelitian berikutnya juga, diharapkan para responden dapat diberikan penjelasan terlebih dahulu agar saat pengisian kuesioner para responden tidak merasa rancu dengan pernyataannya.



DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W., & Hartono, J. 2015. *Partial least square (PLS): Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Agus, H., 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Anwar, S., 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arwani, Mokhammad., Djumilah, Zain., Surachman., dan Djumahir., 2011. Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator dan Pemasaran Relasional Sebagai Mediator Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas, Studi Pada Nasabah Bank Syariah Jawa Timur. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(3), pp. 953-961.
- Atiyah, L. 2016. Product's Quality And Its Impact On Customer Satisfaction A Field Study In Diwaniyah Dairy Factory. Inproceedings Of The International Management Conference. *Faculty of Management, Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania*, 10(1), pp. 57-65.
- Basu Swastha. 2011. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Chen, C., Zhang, K.Z., Gong, X., Zhao, S. J., Lee, m.k., & Liang .2017. Examining the effects of motives and gender differences on smartphone addiction. *Computers in Human Behavior*, 75, pp. 891-902.
- Han, H., and Ryu, K. 2009. The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the restaurant industry. *Journal of hospitality & tourism research*, 3(4), pp. 487-510.
- Ibojo, B.O., and Asabi, O.M. 2015. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study of a Reputable Bank in Oyo, Oyo State, Nigeria, *International Journal of Managerial Studies and Research*, 3(2), pp. 59-69.
- Ishak, A. 2008. Pengaruh Penggunaan selebriti dalam iklan terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*, 12(73).
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler and Amstrong. 2011. *Marketing an Introduction*. Edisi 9. New Jersey: PrenticeHall.

- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Kurniawan, Dwi Jananto. 2007. *Pengaruh Kepuasan Terhadap Perilaku Beli Ulang Dimoderasi Umur Hubungan dan Pendapatan Rumah Tangga Konsumen Matahari Department Store di Surabaya*. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya.
- Latan, H., & Ghozali, I. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lemeshow, S, 1997, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Marketing Research ; an Applied Orientation*. Fifth Edition. New Jersey: Pearson Education Inc
- Morgeson III, F. V., Sharma, P.N., and Hult, G.T.M. 2015. Cross-national differences in consumer satisfaction: mobile services in emerging and developed markets. *Journal of International Marketing*, 23(2), pp. 1-24.
- Mudrajad, Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Nikhashemi, S. R., Valaei, N., & Tarofder A.K. 2017. Does brand personality and perceived product quality play a major role in mobile phone consumers' switching behaviour?. *Malaysia: Global Business Review*, 18(14).
- Oppo terus membayangi Samsung di Indonesia (Online), (<https://beritagar.id/artikel/sains-teknologi/oppo-terus-membayangi-samsung-di-indonesia>, diakses 18 September 2018)
- Pantri Heriati., dan Septi. 2012. Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian. *Journal of Business Strategy and Education*, 4(2), pp. 171-205.
- Rambat Lupiyaodi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Razak, I., Nazief, N. and Boge, T. 2016. The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 30, pp.59-68. ISSN 2422-84