

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis yang sudah dilakukan oleh penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Produk Terhadap Kepuasan

- a. Dapat di simpulkan bahwa faktor fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.
- b. Dapat di simpulkan bahwa faktor fisik 2 tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.
- c. Dapat di simpulkan bahwa faktor nonfisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.

2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas

Dapat di simpulkan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

3. Peran Moderasi *Gender*

- a. Dapat di simpulkan bahwa *gender* mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap hubungan faktor fisik dan kepuasan.
- b. Dapat di simpulkan bahwa *gender* mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap faktor fisik 2 dan kepuasan.
- c. Dapat di simpulkan bahwa *gender* mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap faktor nonfisik dan kepuasan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Setelah sudah melakukan penelitian, di dalam penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut :

1. Sulit dalam melakukan pencarian responden yang sesuai dengan kriteria yang menggunakan *smartphone* Samsung. Hal tersebut dikarenakan responden banyak yang menolak untuk mengisi kuisisioner.
2. Dalam penyebaran kuisisioner respon itu dilakukan secara manual sehingga waktu yang dilakukan untuk mencari respon pengguna *smartphone* Samsung cukup sulit.
3. Terdapat kendala dalam melakukan pengisian kuisisioner yang mana terkait dengan tidak ada kejujuran dan kurang lengkap dalam pengisian identitas dan kurang teliti dalam pengisian pertanyaan yang ada di dalam kuisisioner karena terlalu terburu-buru dalam pengisian.

5.3 Saran

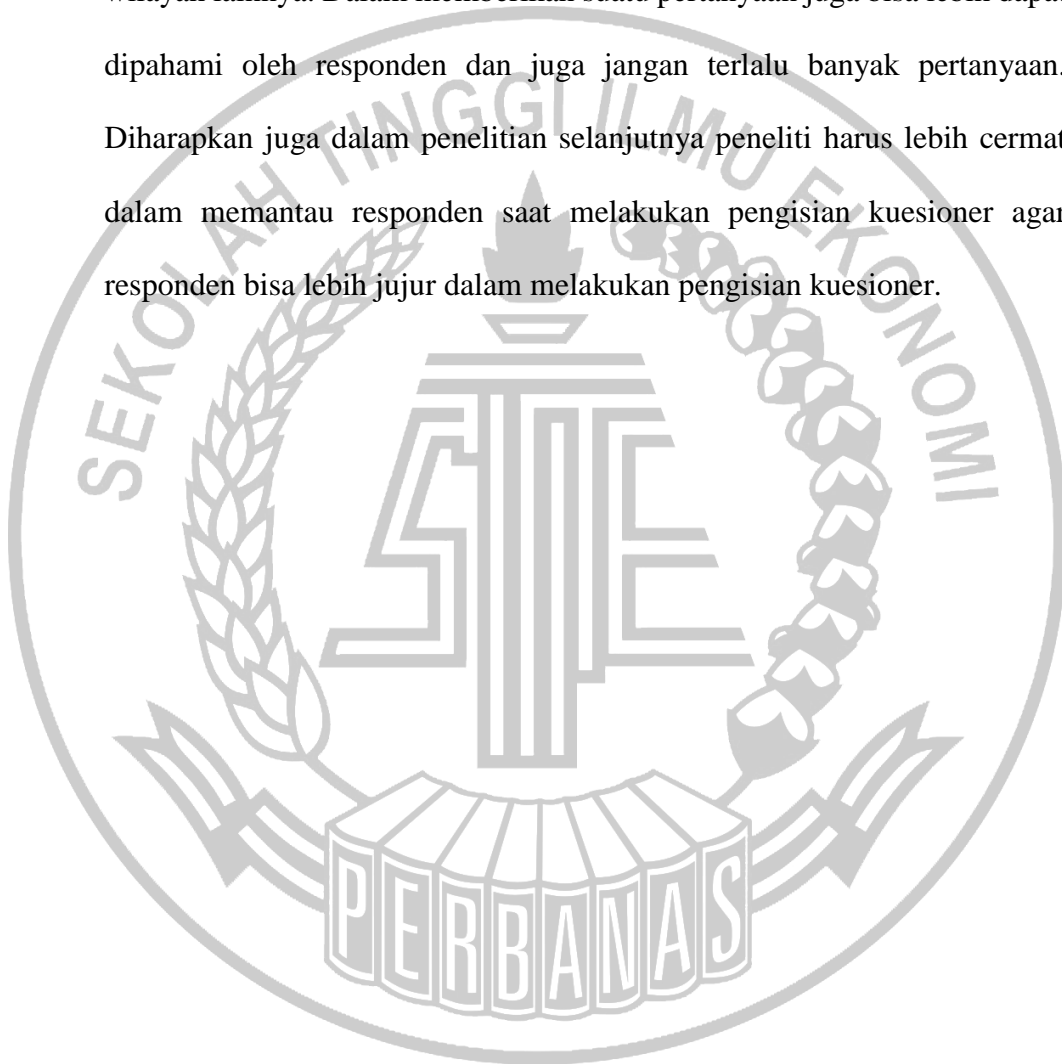
Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka terdapat saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Samsung

Diharapkan bagi pihak Samsung lebih jelas dalam memberikan informasi pada pengguna atau calon pembeli *smartphone* Samsung dikarenakan masih banyak responden yang merasa kebingungan dalam pengisian kuisisioner yang telah disajikan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas jangkauan wilayah penelitian. Sehingga dapat diketahui bahwa untuk penyebaran kuesioner di Surabaya sama dengan hasil yang dilakukan di wilayah lainnya. Dalam memberikan suatu pertanyaan juga bisa lebih dapat dipahami oleh responden dan juga jangan terlalu banyak pertanyaan. Diharapkan juga dalam penelitian selanjutnya peneliti harus lebih cermat dalam memantau responden saat melakukan pengisian kuesioner agar responden bisa lebih jujur dalam melakukan pengisian kuesioner.



DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS): Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Adam, Smith. 2015. "Brand Evaluation, Satisfaction And Trust As Predistors Of Brand Loyalty: The Mediator-Moderator Effect Of Brand Relationships". *Journal Of Consumer Marketing*, Vol. 32 Issue: 6, pp.405-421.
- Agus, H. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- 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, 891-902.
- Cleopatra Veloutsou. 2015. "Brand Evaluation, Satisfaction And Trust As Predistors Of Brand Loyalty: The Mediator-Mediator Effect Of Brand Relationships". *Journal Of Consumer Marketing*, Vol. 32 Issue: 6, pp.405-421. *University Of Glasgow*.
- Haryono, T., & KB, D. H. (2010). Peran Gender, Pendapatan, dan Pendidikan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Berkunjung ke Mall. *KINERJA*, 14(2).
- Imran Khan, Zillur Rahman, and Mobin Fatma. 2016. "The Role Of Customer Brand Engagement and Brand Experience In Online Banking". *International Journal Of Bank Marketing*, Vol. 34 Issue: 7, pp.1025-1041. *Indian Institue Of Technology, Roorkee, India*.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- _____. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta
- _____. 2011. *Marketing an Introduction*. Edisi 9. New Jersey: Prentice Hall
- _____. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat :Jakarta
- Md Reaz Uddin, Nusrat Zahan Lopa and Md. Oheduzzaman. 2014. "Factors Affecting Customers Buying Decisions Of Mobile Phone: A Study On Khulna

City, Bangladesh". *International Journal Of Managing Value and Supply Chains*. Vol.5, No. 2. *Business Administration Discipline, Khulna University, Bangladesh*.

Morgeson III, F. V., Sharma, P.N., & Hult, G.T.M. 2015. *Cross-national differences in consumer satisfaction: mobile services in emerging and developed markets*. *Journal of International Marketing*. Vol. 23, No. 2: 1-24.

Mudrajad, Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga

Pantri Heriati., dan Septi. 2012. *Analisis Pengaruh Brand 20 Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian*. *Journal of Business Strategy and Education*. Vol. 4(2), 171-205

Puspitasari, R.A. 2010. *Pengaruh Gender, Tekanan Ketaatan, Kompleksitas Tugas, Dan Pengalaman Terhadap Kinerja Auditor Dalam Pembuatan Audit Judgement*. Universitas Diponegoro, Semarang.

Rahi, S., & Ghani, M. 2016. *Internet banking, customer perceived value and loyalty: The role of switching costs*. *J Account Mark*, 5(188), 2.

Uddin, M. R., Lopa, N. Z., & Oheduzzaman, M. (2014). *Factors Affecting Customers' buying Decisions Of Mobile Phone: A Study On Khulna City, Bangladesh*. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 5(2), 21

Samar Rahi and Mazuri Abd Ghani. 2016. *"Internet Banking, Customer Perceived Value And Loyalty: The Role Of Switching Costs"*. *Journal Of Accounting & Marketing*. University Of Sultan Zainal Abidin, Malaysia.

Sharma S. 2015. *Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction*. *International journal of Bank Marketing*, 33(4), 404-4022

S.R. Nikhashemi, Naser Valaei, dan Arun Kumar Tarofder. 2017. *"Does Brand Personality And Perceived Product Quality Play A Major Role In Mobile Phone Consumer's Switching Behavior"*. *Journal International*. Sunway University Business School.

Stephanie Hui-Wen Chuaha, Malliga Marimuthub, Jay Kandampullyc, Anil Bilgihand. 2017. *"What Drives Gen Y Loyalty ? Understanding The Mediated Moderating Roles Of Switching Costs And Alternative Attractiveness In The Value-Satisfaction-Loyalty Chain"*. *Journal Of Retailing and Consumer Services*. Universiti Sains Malaysia.