

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan pelanggan, nilai yang dirasa dan hambatan beralih terhadap retensi pelanggan pada pengguna Samsung android di Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang diperoleh dari kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 kuisioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan dianalisis dengan menggunakan SPSS 16.

Berdasarkan hasil uji signifikansi maka diperoleh hasil antara lain:

1. Kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0,615 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima ($\geq 0,05$), artinya kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap retensi pelanggan.
2. Nilai yang dirasa memiliki nilai signifikansi 0,013 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak ($< 0,05$), artinya Nilai yang dirasa berpengaruh signifikan secara parsial terhadap retensi pelanggan.
3. Hambatan beralih memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak ($< 0,05$), artinya

Hambatan beralih berpengaruh signifikan secara parsial terhadap retensi pelanggan

1. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2), kepercayaan memiliki nilai 0,051 yang memiliki arti, kepercayaan memiliki kontribusi pengaruh 5,1 persen terhadap variabel retensi pelanggan. Sedangkan sisanya yaitu 94,9 persen dipengaruhi oleh sebab-sebab lain di luar variabel kepercayaan.
2. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2), nilai yang dirasa memiliki nilai 0,251 yang memiliki arti nilai yang dirasa memiliki kontribusi pengaruh 25,1 persen terhadap variabel retensi pelanggan. Sedangkan sisanya yaitu 74,9 persen dipengaruhi oleh sebab-sebab lain di luar variabel nilai yang dirasa.
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2), hambatan beralih memiliki nilai 0,590 yang memiliki arti hambatan beralih memiliki kontribusi pengaruh 59,0 persen terhadap retensi pelanggan. Sedangkan sisanya yaitu 41,0 persen dipengaruhi oleh sebab-sebab lain di luar variabel hambatan beralih.

Dari nilai kontribusi yang diperoleh, maka variabel yang memiliki kontribusi paling tinggi dan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah hambatan beralih yaitu 59,0 persen karena memiliki nilai kontribusi paling tinggi terhadap retensi pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Responden belum general sehingga sulit untuk menentukan beberapa karakteristik responden yang merata. Responden pengguna Samsung Android belum mencakup kalangan luas. Berdasarkan identifikasi responden pada penelitian ini ditemukan bahwa beberapa karakteristik responden mendominasi responden keseluruhan. Dapat dilihat dari usia dimana responden dengan usia 17-25 tahun sangat mendominasi responden keseluruhan dari penelitian ini sulitnya mengidentifikasi pengguna android di Surabaya dengan usia di atas 25 tahun.
2. Menurut identifikasi karakteristik responden berdasarkan pendidikan diketahui bahwa 87% responden didominasi oleh pelajar SMA. Berdasarkan data tersebut mengindikasikan bahwa pengguna android merek Samsung lebih didominasi oleh kalangan pelajar yang notebene belum berpenghasilan tetap. Tidak demikian bagi responden yang telah memiliki pekerjaan dan memiliki penghasilan tetap hanya mendapati 15% dari total responden pengguna Samsung Android.
3. merek telepon selular pengguna *operational system* Android di Indonesia tidak hanya Samsung. Hal ini menjadikan Samsung bukan satu-satunya merek dengan pengguna terbesar. Konsumen Android menjadi terbagi ke dalam beberapa merek yang dapat diidentifikasi berdasarkan kelas sosial, daya beli, loyalitas terhadap merek tertentu dll.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait :

1. Bagi Samsung

- a. Berdasarkan penelitian terendah analisis deskriptif variable kepercayaan yaitu item KP3 : yang membahas tentang kepercayaan konsumen terhadap kestabilan mutu produk Samsung android maka perusahaan harus meningkatkan mutu dari produk seluler Samsung agar lebih baik dalam segi kinerja misalnya baterainya tidak boros pada saat penggunaan aplikasi berlebihan.
- b. Berdasarkan penelitian terendah analisis deskriptif variable Nilai yang dirasa yaitu item NY1 : Pelayanannya harus lebih baik jika perangkat seluler mengalami kendala sehingga konsumen merasa nyaman.
- c. Berdasarkan penelitian terendah analisis deskriptif variable Hambatan beralih yaitu item HB1 : kerugian yang ditimbulkan jika berpindah ke produk lain harga jual kembali produk Samsung masih tidak stabil di banding produk yang lain. Hal ini disebabkan karena tampilan grafis dan keamanan *software* masih belum tergolong baik, alasan lainnya disebabkan oleh seringnya Samsung mengeluarkan tipe terbaru menyebabkan harga jual produk atau tipe yang lama menjadi menurun. Oleh karena itu harus mengembangkan tampilan grafis dan keamanan *softwarena* harus jauh lebih baik dari sebelumnya sehingga pada saat Samsung mengeluarkan tipe terbaru memiliki nilai jual yang tinggi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik maka disarankan peneliti selanjutnya untuk tidak hanya menggunakan mayoritas segmen yang sebelumnya di pakai yang mayoritasnya adalah mahasiswa, disarankan agar lebih fokus ke semua segmen sehingga data yang di peroleh dapat bervariasi segmennya.
- b. Menambahkan atau memperbaiki instrumen penelitian bisa dengan cara menambah jumlah indikator item pertanyaan dan menambah jumlah variabel.

DAFTAR RUJUKAN

- Barnes, James G.2003. Secret of Customer Relationship Management.Diterjemahkan oleh Andreas Winardi S.Pd. Jakarta. Penerbit ANDI.
- C. Trihendradi. 2012. *Step by Step SPSS 20 : Analisis Data Statistik*. Jakarta: Andi Publisher.
- Fandy Tjiptono, 2002. Pemasaran jasa, Malang. Bayumedia Publishing.
- Fandy Tjiptono, 2006. Pemasaran jasa.Edisi pertama.Malang. Banyumedia Publishing.
- Fandy Tjiptono, 2008. Service Management. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Farida Jasfar, 2008. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Indra Setya Budi. 2010 “ Pengaruh Kepuasan Nasabah, Kepercayaan Nasabah Dan Reputasi Bank Terhadap Retensi Nasabah Pada Bank Central Asia Di Surabaya”. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya
- Imam Ghozali, 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Edisi Enam, Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane.2007. Manajemen Pemasaran. PT INDEKS. Jakarta.
- Muhammad Zaman Sarwar, Kashif Shafique Abbasi, Saleem Pervaiz. 2012.”*The Effect of Customer Trust on Customer Loyalty and Customer Retention: A Moderating Role of Cause Related Marketing*”. Global Journal of Management and Business Research.
- Nasution ,S .2003. *Penelitian ilmiah*. Jakarta. Penerbit Bumi Aksara.
- Ranaweera, Chatura dan Prabhu, Jaideep. 2003. “*The Influence of Satisfaction, Trust, and Switching Barriers on Customer retention in a Continuous Purchasing Setting*”. International Journal of service Industry management .
- Ririn tri Ratnasari, S.E., M.Si dan Mastuti H. Aksa, S.IP, 2011.manajemen pemasaran jasa, Surabaya. Ghalia Indonesia
- Seiedeh Nasrin Danesh, Saeid Ahmadi Nasab, Kwek Choon Ling. 2012. “ *The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust, and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia*”. International Journal of Business and Management.

Daftar rujukan website :

[http://android.gopego.com/ comScore.MobiLens](http://android.gopego.com/comScore.MobiLens)

<http://techgue.com>

<http://itpproportal.com>