BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pembelian *Smartphone* Samsung A31 di Surabaya.
2. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna *Smartphone* Samsung A31 di Surabaya.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada penggunan *Smartphone* Samsung A31 di Surabaya

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Terhambat untuk menyebarkan kueisoner ke berbagai calon konsumen karena di tengah kondisi pandemi covid-19 atau corona peneliti sulit untuk menyebarkan kuesioner secara langsung sehingga peneliti menyebarkan kuesioner melalui *google form* yang sudah disediakan oleh peneliti.
2. Banyaknya responden yang tidak memiliki *Smartphone* Samsung A31 sehingga peneliti kesusahan dalam mencari responden.

5.3 Saran

A. Saran Bagi Perusahaan Samsung

1. Untuk Perusahaan Samsung dapat memproduksi *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan *smartphone* Samsung tersebut dan melakukan komunikasi yang positif kepada konsumen yang lain untuk membeli produk *smartphone* Samsung.
2. Bagi pemasar *smartphone* Samsung, hendaknya memberikan informasi yang jelas tentang *smartphone* Samsung melalui secara langsung kepada konsumen atau secara online, dan memberikan pengarahan ulang yang membuat konsumen merasa yakin tentang *smartphone* Samsung

B. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian yang akan datang sebaiknya menambahkan variabel bebas lainnya sehingga lebih mampu menjelaskan apa saja faktor faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan sebuah perusahaan dan Adapun saran terakhir yaitu menambahkan periode penelitian sehingga data yang diperoleh dapat maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

Ferrel, O.C. and Hartline, B. (2010), *Marketing Strategy, 5th ed., Cengage Learning*, New York, NY

Foss, B., & Stone, M. (2001). Successful customer relationship marketing. London*: Kogan PageLimited*

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update*.

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling dengan PARTIAL LEAST SQUARES (PLS)*

Hasan, A. and SE, M., 2014. Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, cetakan kedua. Yogyakarta: Caps.

Hasanuddin, M.R., Rachma, N. and Wahono, B. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang)". *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* Vol. 9(11).

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Alfabeta.

Ismail, Muhammad, 2014. *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*, cetakan pertama, penerbit : IPB Press, Kota Kediri.

Istiqomah, I., Hidayat, Z. and Jariah, A. 2019. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang". In *Proceedings Progress Conference* (Vol. 2, No. 1, pp. 557-563).

Java's Tech. 2020. Alasan Hp Samsung Harganya Mahal https://javastech.com/alasan-hp-samsung-harganya-mahal/amp/ diakses 31 Maret 2020.

Kotler, Philip. 2008. *Principle Of Marketing 12th Edition. Prinsip-prinsip Pemasaran (12th Ed)*. Ahli Bahasa: Sabran, Bob. Jakarta: Erlangga.

Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research an applied orientation* (sixth edit) Pearson Prentice Hall.

McKnight, D.H., Choudhury, V., Kacmar, C. 2002. Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3): 334-359

Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The Mediating Role of Customer Trust on Customer Loyalty. *Journal of Service Science and Management, 06*(01), 96–109. https://doi.org/10.4236/jssm.2013.61010

Panjaitan, J.E. and Yuliati, A.L. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management):* Jurnal Manajemen Vol. 11(2), pp.265-289.

Putri, Y.L. and Utomo, H. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)". Among Makarti Vol. 10(19).

Radder, L. and Han, X. (2015), "An examination of the museum experience based on Pine and recommending behaviour in lodging decisions". *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 2, pp. 3-22

Raditha Hapsari, Michael D. Clemes, David Dean, (2017) "*The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty", International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 9 Issue: 1, pp.21-40, doi: 10.1108/IJQSS-07-2016-0048.

Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.* Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Tajudin, M.H. and Mulazid, A.S. 2017. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok". *ISLAMICONOMIC:* Jurnal Ekonomi Islam Vo. 8(1).

Sanusi, A. 2011. *Metode Penelitian Bisnis.* Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Selular id. 2015. Alasan Samsung Bisa Turun Tahta https://selular.id/2015/12/ini-6-alasan-samsung-bisa-turun-tahta/amp/, diakses 31 maret 2020

Sheng, T., & Liu, C. (2010). *An empirical study on the effect of e-service quality on online customer satisfaction and loyalty. Nankai Business Review International*, *1*(3), 273–283. https://doi.org/10.1108/20408741011069205

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Susnita, Tia Aprilia. 2020. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada hotel Libra kadipaten Kabupaten Majalengka". Juripol Vol. 3 No.1, 73-84.

Suwarsito, and Sabeli Aliya. 2020. "Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan". Jurnal Ilmiah Bina Manajemen Vol. 3 No. 1, 27-35.

Tajudin, M.H. and Mulazid, A.S. 2017. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok". *ISLAMICONOMIC:* Jurnal Ekonomi Islam Vo. 8(1).

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Yudha Pratomo 2019. 5 Besar Penguasa Pasar Smartphone Dunia di Kuartal Pertama 2019 https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/05/02/09180027/5-besar-penguasa-pasar-*smartphone*-dunia-di-kuartal-pertama-2019 diakses 30 maret 2020.

Ziethaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Service marketing.*