

## BAB 5

### SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Hipotesis 1 pada penelitian ini yaitu *product quality* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* pada pengguna smartphone Oppo, Hipotesis ini memiliki pengaruh tertinggi kedua dengan besar *t-value* 2,297, dimana kualitas produk yang bagus dan baik dapat membuat pelanggan puas akan perusahaan dengan kualitas produk yang dimiliki perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.
2. Hipotesis 2 pada penelitian ini yaitu *service quality* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* pada pengguna smartphone Oppo, Hipotesis ini memiliki pengaruh tertinggi ketiga dengan besar *t-value* 2,258, dimana kualitas servis yang bagus dan baik dapat membuat pelanggan puas akan perusahaan dengan kualitas servis yang dimiliki perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.
3. Hipotesis 3 pada penelitian ini yaitu *brand image* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* pada pengguna smartphone Oppo, Hipotesis ini memiliki pengaruh paling rendah dengan besar *t-value* 1,525, dimana citra merek yang cukup baik dapat membuat pelanggan puas akan perusahaan dengan citra merek yang dimiliki perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 ditolak.
4. Hipotesis 4 pada penelitian ini yaitu *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* pada pengguna smartphone Oppo, Hipotesis ini memiliki pengaruh tertinggi dengan besar *t-value* 6,394, dimana kepuasan pelanggan yang tinggi dapat membuat pelanggan setia dengan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4, diterima.

## 5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang dimiliki pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengguna *smartphone* Oppo di Surabaya, sehingga tidak menjangkau responden dari pengguna *smartphone* Oppo di kota selain Surabaya
2. Kuesioner pada penelitian ini tidak terdapat karakteristik responden seperti pendapatan, pendidikan sehingga penelitian ini kurang memiliki karakteristik responden yang spesifik.

## 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan peneliti ialah:

1. Saran akademis
 

Bagi para peneliti berikutnya yang akan menggunakan variabel yang sama untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dan berpengaruh terhadap *customer loyalty* misalnya harga produk dan kepercayaan pelanggan.
2. Saran praktis
  - a. Saran bagi pengelolaan *product quality*

Peningkatan *product quality* pada *smartphone* Oppo dapat dilakukan dengan cara terus meningkatkan kualitas akan produk seperti ketahanan produk, keawetan, dan jamin akan produk yang dibeli.
  - b. Saran bagi pengelolaan *service quality*

Peningkatan *service quality* dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh wiraniaga *smartphone* Oppo, agar konsumen dapat merasakan kenyamanan saat melakukan perbaikan *smartphone* Oppo.
  - c. Saran bagi pengelolaan *brand image*

Peningkatan *brand image* dapat dilakukan dengan cara seperti melakukan kolaborasi dengan *game mobile* ternama, kemudian *smartphone* Oppo juga dapat memberi sponsor kepada *game* ternama

untuk mengadakan turnamen *game* tersebut, dan membuat produk *smartphone* Oppo edisi *game* tersebut sehingga *brand image* Oppo semakin dikenal oleh masyarakat.

d. Saran bagi pengelolaan *customer satisfaction*

Untuk *customer satisfaction* sebenarnya sudah sangat baik. Tetapi akan lebih baik lagi jika meningkatkan *customer satisfaction* dengan cara meningkatkan kinerja dari *smartphone* Oppo selain hanya mengunggulkan pada bagian kamera saja.

e. Saran bagi pengelolaan *customer loyalty*

Peningkatan *customer loyalty* dapat dilakukan dengan cara memperbaiki kinerja dari penggunaan *smartphone* Oppo. Misalnya menambah spesifikasi dan fungsi kamera dari *smartphone* Oppo atau menghilangkan program yang tidak diperlukan pada *smartphone* Oppo agar kinerja *smartphone* Oppo menjadi lebih baik dan cepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, N. (2020), 17 Hp OPPO Terbaru 2020, Harga dan Spesifikasi di dapat dari [https://www.pricebook.co.id/article/market\\_issue/2018/08/15/8727/hp-oppo-terbaru](https://www.pricebook.co.id/article/market_issue/2018/08/15/8727/hp-oppo-terbaru)
- Abdullah. M. 2017. Manajemen Komunikasi Periklanan: Cetakan Pertama, Aswaja Pressindo, Yogyakarta 2017
- Amrullah.A.R, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian: Honda Beat. Jurnal Ilmud dan Riset Manajemen. Vol5, No7, 2016
- Asghar.A.J. and et al., 2011. Study the effects customer service and product quality on customer satisfaction and loyalty, International Journal of Humanities and Social Science. Vol 1, No 7
- Bates, John E.G., Douglas Hoffman. 1999. Managing services marketing: Text and readings. Orlando : The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.
- Bayu. F, Nawazirul. L dan Saryadi., 2013. Pengaruh kualitas pelayanan dan brand image terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi kasus pada CV.AHASS Sahabat Sejati Motor Tembalang Semarang), Journal of social and politic. Vol 1, Hal 1-12
- Bramantya Y. B dan Jatra M, Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar, E-
- Cahyono, M. (2008). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Brown Salon Di Tunjungan Plaza Surabaya (Studi Kasus 100 Konsumen). *Skripsi*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Canalys, (2019), Canalys: Indonesia grew fastest in global top 10 markets and reached a record 11.5 million smartphone shipments in Q3 2019 di dapat dari <https://www.canalys.com/newsroom/indonesia-smartphone-market-q3-2019>
- CloudHost, (2020), Mengenal Apa itu Era Revolusi Industri 4.0 : Dampak, dan Mengatasinya di dapat dari <https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-era-revolusi-industri-4-0-dampak-dan-mengatasinya/>
- Crosby, Evans, dan Cowles, 1990. Relationship Quality in Service Selling: An Interpersonal Influence Perspective, Journal of Marketing, 54: 68-81.
- Fanny. F. S dan Diah. D. Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan mobil Toyota di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol 2. No 1. Hal 1-8

- Ferrinadewi, Erna. (2009). Merek & psikologi konsumen: implikasi pada strategi pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fornell, C., Johnson, D.M., Anderson, W. E., Cha, J. & Bryant, E B. The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings, Journal of Marketing; 1996. Available: <http://triton.nfh.uit.no/dok/fornell-1996.pdf>. Accessed 18 April 2017
- Gallan, A. S., Jarvis, C. B., Brown, S. W., & Bitner, M. J. (2013). Customer Positivity and Participation in Services: An Empirical Test in a Health Care Context. J. of the Acad. Mark. Sci. Vol. 41, 338-356.
- Gaspersz, V. (2008). Total Quality Managament. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Gee, R., Coates, G., & Nicholson, M. (2008). Understanding and Profitably Managing Customer Loyalty. Mark. Intell. Plann., 26(4): 359 – 374.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guritno, Y. (2020), Sejarah Oppo di Indonesia Hingga Sepopuler Saat Ini (Updated) di dapat dari <https://review.bukalapak.com/gadget/sejarah-perkembangan-oppo-di-indonesia-hingga-sepopuler-saat-ini-2772>
- Heizer, J dan Barry R. (2006). Manajemen Operasi ed7. Jakarta: Salemba Empat
- Helgesen, O., & Nettet, E. (2007). Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College. Corporate Reputation Review, 10, 3859. doi:10.1057/palgrave.crr.1550037.
- Hurriyati, R. (2008). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Edisi Kedua. Bandung: CV. Alfabeta.
- Indotelko, (2015), Smartphone Memiliki Kontribusi Bagi Pertumbuhan Ekonomi. Didapat dari <https://www.indotelko.com/read/1449013948/smartphone-memiliki-kontribusi-pertumbuhan-ekonomi.pada>
- Irawan , Hadi. 2014. 10 Prinsip Kepuasan Konsumen. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- JurnalIndonesia.co.id, (2016), Kemajuan Teknologi di Bidang Perdagangan di dapat dari <https://jurnalindonesia.id/kemajuan-teknologi-di-bidang-perdagangan/>

- Kotler, P and Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed). New Jersey: Upper Saddle River.
- Kotler.P and Amstrong. G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, P. (2000), *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*, (8th edn), New Jersey: Prentice Hall International.Inc.
- Kotler P and Kevin K, (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jilid Pertama dan Kedua. PT. Indeks : Jakarta
- Kotler. P dan Kevin. K . (2012), *Marketing Management 13*, New Jersey.Pearson Prentice Hall, Inc .,New Jersey
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P and Garry A. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Luthfia. W. E, (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang. Hal 19. Universitas Diponegoro. Semarang.  
<http://eprints.undip.ac.id369281LUTHFIA.pdf> akses 5 April 2013
- Mardalis.A. (2005). Meraih loyalitas pelanggan. *Jurnal BENEFIT*, 9(2), 111-119.
- Martin, William B. (2009). *Quality Customer Service : Cara jitu memikat hati pelanggan*. Jakarta: Penerbit PPM
- Mowen. J. C., dan Minor, M., (2002), *Perilaku Konsumen*, Jilid 1 , Jakarta: PT Penerbit Erlangga
- Nuprilianti. N. P dan Khuzaini, Pengaruh Personal Selling, Brand Image, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian:Mobil. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*,Vol. 5 No.1.,2016
- Oliver, R.L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*. Volume 63, pp 33-44.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml & L.L. Berry. (1994). “SERVQUAL: Review, Critique Research Agenda”, *Journal of Marketing*, page 111-124.
- Putro, S.E, Samuel, H.M.S, Karina, R.M.R. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2(1). 1-9
- Radita. H dan Marheni. 2016. Pengaruh Brand iamge terhadap kepuasan

- pelanggan studi pada Zara di mall PVJ Bandung. E-Proceeding of Management. Vol 3. No 2
- Schiffman, L.G dan Kanuk, L.L. (2010). *Consumers Behavior*, Global Edition, Tenth Edition. Pearson
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* 4nd Edition. New York: John Wiley and Son.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan Pangsa Pasar*. Penerbit: Rineka Cipta. Jakarta
- Suyadi P. (2007). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu 74 Abad 21 “Kiat Membangun Bisnis Kompetitif”*. Jakarta : Bumi Aksara
- Tekno dan Sains, (2017), Samsung, Oppo, Asus, Masih Kuasai Pasar Smartphone Indonesia di dapat dari <https://kumparan.com/kumparantech/samsung-oppo-asus-masih-kuasai-pasar-smartphone-indonesia>.
- Tjiptono, F. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Pubhlishing
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F dan Anastasia D. (1998). *Total Quality Manajemen*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjoanoto, M.T dan Kunto Y.S. (2013). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Di Restoran Jade Imperial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 1(1) 1-9
- Wardani, A.S. (2020), Konsumsi Data Melonjak di Akhir 2019, Orang Indonesia Kian Senang Internetan di dapat dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/4150616/konsumsi-data-melonjak-di-akhir-2019-orang-indonesia-kian-senang-internetan>
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. PT Indeks, Jakarta.
- Woodside, Arch G., Lisa L .Frey, and Robert Timothy Daly (1989), Linking Service Quality, Customersatisfaction, and Behavioral Intention, *Journal of Health Care Marketing*, 9(December), 5-17.

- Yamin Sofyan, Kurniawan Heri. 2009. SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yonaldi, Sepris (2011). Analisis Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Minuman Teh Botol Frestea (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Andalas Padang ), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2 (1)
- Zeithaml, V & Bitner M.J. (2006). Services Marketing Forth Edition: Integrating Customer Focus Across Firm. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner M.J dan Dwayne D. G. (2009). Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm (5th ed). New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml et al., (2010). Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. European. Journal of Marketing.
- Zuraya, N. (2015), Mastel: Kontribusi *Smartphone* ke PDB 5,5 Persen di dapat dari <https://republika.co.id/berita/nyo1mo383/mastel-kontribusi-emsmartphoneem-ke-pdb-55-persen>