

Bab V

Kesimpulan dan saran

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu berdasarkan analisis data profil responden maka dapat disimpulkan bahwa banyaknya jumlah kuisioner yang dapat diolah adalah 178 responden. Ada 22 kuisioner yang tidak bisa dipergunakan dalam penolahan data. Dikarenakan isi dari kuisioner tidak lengkap.

Dari 178 responden terbagi atas 131 responden yang merupakan mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha adalah Jurusan Manajemen, dan sisanya adalah sebanyak 47 responden merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Kristen Maranatha Bandung jurusan Akuntansi. Kesleruhan Jumlah responden (178 responden) menggunakan *smartphone* Blackberry yang bergaransi resmi. Dari 178 responden mayoritas konsumen pemakai *smartphone* Blackberry berjenis kelamin wanita (103 responden) atau dipersentasekan sebesar 82%. Dan usia responden mayoritas dibawah 20 tahun (114 responden) yang dipersentasekan sebesar 64,4%. Hal ini disebabkan karena pada saat melakukan penyebaran kuisioner dilakukan di dalam kelas perkuliahan yang mayoritas angkatan 2011. berpenghasilan mayoritas responden yaitu antra Rp 500.000 – Rp 1.499.999 sebesar 30,5 %,

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh layanan purna jual yang diberikan oleh PT RIM terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti layanan purna jual yang diberikan oleh PT RIM memiliki peran dalam menciptakan kepuasan konsumen. Walaupun memiliki pengaruh layanan purna jual yang digunakan PT RIM terhadap kepuasan konsumen,

namun pengaruhnya hanya sebesar 24 % sedangkan sisanya 76 % dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun layanan purna jual memiliki peran dalam menciptakan kepuasan konsumen, namun peran tersebut kecil.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan kesimpulan yang ada, penulis memberikan beberapa saran yang dapat menjadikan bahan pertimbangan dan masukan, yaitu :

1. Lebih meningkatkan kualitas layanan purna jual yang telah ada, agar bisa tetap menguasai pasar untuk pasar telepon seluler di Indonesia.
2. Meningkatkan dan memperbaiki kualitas produk dan mengembangkan fitur – fitur yang telah ada agar lebih bisa dioperasikan dengan lebih mudah lagi, serta menciptakan fitur – fitur di bagian multimedia sehingga tetap bisa bersaing dengan kompetitor – kompetitor baru yang ada di Indonesia.
3. Membuat produk untuk kalangan ekonomi menengah ke bawah agar produk smartphone blackberry bisa menguasai seluruh pasar dan segmen.
4. Untuk penelitian selanjutnya lebih baik apabila mengikutsertakan faktor – faktor lain seperti gaya hidup, dan fitur yang terdapat di dalam *smartphone* Blackberry. Karena faktor – faktor tersebut bisa dipakai sebagai acuan untuk mengukur kepuasan pelanggan, tidak hanya terpaku dari pelayanan purna jualnya saja.