

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai simpulan dari penelitian dan saran yang diberikan atas penelitian pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas pada pengguna *handphone* Nokia.

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

3. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna *handphone* Nokia di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen. Data diuji dengan menggunakan metode analisis validitas dan reliabilitas untuk menguji keakuratan dan konsistensi dari instrumen penelitian. Beserta menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mencari pengaruh. Didalam menganalisis data yang ada peneliti menggunakan program *SPSS (Statistical Package for Social Science) PASW Statistic Base 18*.
4. Dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin jumlahnya adalah sebanyak 60 responden (60%), karakteristik responden berdasarkan usia didominasi yang berusia 18 - 20 tahun jumlahnya adalah sebanyak 44 responden (44%), karakteristik responden berdasarkan pendapatan antara Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000 jumlahnya adalah sebanyak 35 responden (35%), karakteristik responden berdasarkan fakultas adalah fakultas ekonomi jumlahnya sebanyak 38 responden (38%), karakteristik responden berdasarkan angkatan yang terbanyak adalah angkatan 2011 sebanyak 28 responden (28%), karakteristik responden berdasarkan jurusan yang terbanyak adalah pada jurusan manajemen sebanyak 27 responden (27%).

5. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pada pengguna *handphone* Nokia memiliki pengaruh hanya sebesar 6.2% saja sedangkan sisanya sebesar 93.8% dipengaruhi oleh faktor lain.
6. Jika dilihat dari pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pada pengguna *handphone* Nokia memang sangat kecil hanya sebesar 6.2%. Hal ini menandakan bahwa loyalitas tidak hanya dinilai dari segi kualitas produk saja. Agar dapat meningkatkan loyalitas harus dapat dinilai dari beberapa segi, yaitu seperti harga produk yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan manfaat dan fungsinya, promosi dari produk yang baik dan dapat diterima oleh konsumen dan tempat atau lokasi untuk memperoleh produk yang mudah dan terjangkau.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, hasil yang diperoleh ternyata terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pada pengguna *handphone* Nokia. Namun pengaruhnya sangat kecil yaitu sebesar 6.2%. Terdapat beberapa keterbatasan penelitian dalam pelaksanaannya, antara lain :

1. Variabel yang hanya menguji antara kualitas produk dan loyalitas saja, sehingga penelitian tidak maksimal dan tidak meneliti bagian variabel lainnya.
2. Jumlah responden yang menjadi sampel tidak maksimal karena hanya menguji 100 responden saja, sehingga tidak dapat mencapai keseluruhan pengguna *handphone* Nokia.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan ide atau masukan kepada perusahaan Nokia agar dalam mengelola kualitas produk dan loyalitasnya, yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dengan pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas yang sangat kecil. Maka sebaiknya perusahaan tidak hanya fokus kepada kualitas produk saja. Perusahaan dapat memfokuskan kepada beberapa aspek lainnya, seperti : harga, promosi dan lokasi penjualan.
2. Dari segi harga, perusahaan harus dapat memberikan harga yang sesuai baik dari segi kualitas maupun *prestise* yang didapat dari produk. Perusahaan dapat memberikan harga yang sesuai dengan produk, dapat mengetahui produk mana yang harganya tinggi dan yang murah. Disisi lain produk harus sesuai dengan manfaat dan fungsi yang diharapkan, agar pengguna menjadi loyal terhadap produk tidak meninggalkan produk dan pengguna dapat menjadi aset bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri.
3. Dari segi promosi, perusahaan harus dapat memberikan promosi yang baik yang dapat langsung dilihat dan rasakan oleh konsumen. Sehingga promosi tidak menjadi percuma. Promosi dapat dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Seperti contoh promosi langsung dapat dilakukan dengan penjualan oleh *sales personal* yang langsung kepada konsumen di tempat yang ramai dan banyak dikunjungi. Sedangkan penjualan tidak langsung dapat menggunakan media cetak maupun elektronik yang dapat didengarkan atau dilihat oleh konsumen.

4. Saat ini promosi yang sangat baik dan mendapat respon langsung dari konsumen adalah melalui *media social*. Karena melalui media ini perusahaan dapat langsung berhubungan dengan pengguna ataupun konsumen tanpa melalui pihak lain. Melalui *media social* ini perusahaan juga dapat menghemat biaya pengeluaran yang sangat besar dari biaya promosi yang seharusnya.
5. Dari segi lokasi penjualan, perusahaan mencari lokasi yang dapat mendekatkan diri lagi kepada konsumen yang potensial. Lokasi penjualan yang baik yang dapat langsung didatangi oleh konsumen dapat menciptakan penjualan produk yang tinggi juga. Perusahaan dapat membuka lokasi - lokasi penjualan baru yang dianggap strategis untuk melakukan penjualan.
6. Disisi lain kualitas produk yang baik yang telah dihasilkan selama ini harus juga dapat dijaga oleh perusahaan. Sehingga produk yang dihasilkan tetap menjadi produk andalan bagi perusahaan.
7. Perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi produk baru yang lebih baik atau berbeda dari sebelumnya, menciptakan suatu produk yang memiliki manfaat dan fungsi yang lebih baik dari sebelumnya. Karena produk memiliki masa puncak dimana produk tumbuh sangat cepat dan dapat turun dengan cepat juga. Karena hal ini dapat mempengaruhi penjualan produk dan keuntungan dari perusahaan.
8. Banyaknya perusahaan pesaing yang muncul harus dapat disikapi oleh perusahaan dengan baik dan cepat. Jika hal ini tidak disikapi oleh perusahaan maka bukan tidak mungkin produk dari perusahaan pesaing akan lebih banyak terjual dan dapat mengalahkan produk dari perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan ide atau masukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menciptakan dan menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi, yaitu :

1. Sebaiknya menambahkan beberapa variabel X lagi untuk dapat menguji dari loyalitas.
2. Jumlah sampel yang diperbanyak dari sebelumnya sehingga mencapai keseluruhan pengguna *handphone* Nokia dan dapat menghasilkan data yang lebih baik, akurat dan sesuai.
3. Sebaiknya dapat memperpanjang jangka waktu penelitian agar dapat melakukan penelitian langsung ke perusahaan yang akan diteliti. Sehingga menghasilkan hasil data yang lebih banyak dan akurat.