

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh persepsi kualitas, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan dan loyalitas pada produk Smartphone Iphone, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kualitas terhadap kepuasan pelanggan Iphone pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik persepsi kualitas maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan citra merek (*brand image*) terhadap kepuasan pelanggan Iphone pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik citra merek maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

3. Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Iphone pada mahasiswa Universitas Muhammdiyah Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik persepsi harga pada produk Iphone maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Iphone pada mahasiswa Universitas Muhammdiyah Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka loyalitas konsumen semakin meningkat.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas pelanggan Iphone pada mahasiswa Universitas Muhammdiyah Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik citra merek maka loyalitas konsumen semakin meningkat.
6. Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan Iphone pada mahasiswa Universitas Muhammdiyah Yogyakarta. Hal ini berarti

semakin baik persepsi harga maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.

7. Ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Iphone pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan maka loyalitas konsumen semakin meningkat.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada lingkungan kampus UMY dari beberapa kampus yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga perilaku konsumen mahasiswa yang diamati belum terwakilkan dengan spesifik.
2. Penelitian ini hanya meneliti loyalitas konsumen terhadap merek Iphone yang tidak terspesifik pada seri iphone tertentu.

C. Saran

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan penelitian maka dapat direkomendasikan beberapa saran bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Saran Bagi Perusahaan

Adapun saran yang diberikan dalam penelitian ini kepada perusahaan adalah sebagai berikut : mempertahankan nilai baik yang menjadi faktor-faktor kunci dalam mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap smartphone iphone seperti Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Persepsi Harga.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran yang direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- a. Pada penelitian mendatang diharapkan agar cakupan wilayah yang lebih luas, misalnya menggunakan sampel pada mahasiswa di beberapa kampus.
- b. Penelitian mendatang diharapkan lebih fokus pada salah satu seri Iphone sehingga dapat diketahui segmen masing-masing seri tersebut.