

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, diperoleh hasil bahwa negara asal berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen karena memiliki nilai yang tidak signifikan, sehingga H1 ditolak.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, diperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena memiliki nilai yang signifikan, sehingga H2 diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, diperoleh hasil bahwa negara asal berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen karena memiliki nilai yang signifikan, sehingga H4 diterima.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, diperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen karena memiliki nilai yang signifikan, sehingga H3 diterima.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5, diperoleh hasil bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen karena memiliki nilai yang signifikan, sehingga H5 diterima.

6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6, diperoleh hasil bahwa kepuasan konsumen tidak memediasi antara negara asal dengan loyalitas konsumen, sehingga H6 ditolak.
7. Berdasarkan pengujian hipotesis 7, diperoleh hasil bahwa kepuasan konsumen memediasi antara citra merek dengan loyalitas konsumen, sehingga H7 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah dipaparkan, saran untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut.

1. Penambahan faktor-faktor lain sebagai variabel penelitian, hal ini dapat dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif dan berbeda.
2. Melakukan penelitian dengan obyek tipe merek produk yang berbeda selain telepon pintar.
3. Menguji faktor pemediasi dalam model penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

5.2 Keterbatasan Masalah

Penelitian ini masih belum sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh citra merek dan negara asal terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Saran penelitian

selanjutnya dapat menambah variabel lain sesuai dengan isu diatas, agar dapat memberikan hasil penelitian yang lebih lengkap.

2. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 150 dan peneliti tidak melakukan wawancara terhadap responden, sehingga sampel kurang menyebar sesuai karakteristik responden yang ada.