

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten. Hal ini membuktikan bahwa semakin kuat atau semakin lemah citra merek *smartphone* Oppo tidak akan mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten. Hal ini membuktikan bahwa semakin sesuai persepsi harga dengan harapan konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diterima oleh konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten.

4. Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten. Hal ini membuktikan bahwa semakin kuat citra merek *smartphone* Oppo, semakin sesuai persepsi harga dengan harapan konsumen dan semakin baik kualitas produk yang diterima oleh konsumen maka akan mendorong peningkatan kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten.
5. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Oppo di Klaten.

5.2.Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat keterbatasan dan kendala yang dialami peneliti. Adapun keterbatasan yang penelitian ini yaitu karena populasi penelitian hanya terbatas pada kosumen yang melakukan pembelian *smartphone* Oppo disalah satu gerai Oppo di wilayah Klaten yaitu di Graha *Phone Center*, Klaten *Phone Center* dan di Mumtaz *Phone Shop*, sehingga sampel penelitian belum dapat digeneralisir dalam mewakili beragam konsumen yang menggunakan *smartphone* Oppo di gerai lainnya.

5.3.Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka ada beberapa saran yang akan diajukan yaitu:

1. Dari hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel citra merek dapat diketahui bahwa indikator keunggulan merek *smartphone* Oppo dinilai paling rendah oleh konsumen. Dengan demikian disarankan bagi produsen ataupun distributor *smartphone* Oppo untuk meningkatkan kualitas dan mutu *smartphone* Oppo dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen untuk meningkatkan mutu pelayanan pada ketiga gerai Graha *Phone Center*, Klaten *Phone Center*, dan Mumtaz *Phone Shop*.
2. Dari hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel harga dapat diketahui bahwa indikator keterjangkauan harga *smartphone* Oppo dinilai paling rendah oleh konsumen. Dengan demikian disarankan bagi produsen ataupun distributor *smartphone* Oppo untuk melakukan riset pasar secara berkala sehingga elastisitas permintaan pasar dapat dikendalikan. Elastisitas permintaan pasar akan mempengaruhi harga produk dan volume barang yang dijual. Jika harga naik maka penjualan akan turun, sebaliknya jika harga turun maka penjualan akan naik. Selain elastisitas permintaan, untuk menarik minat beli konsumen, perusahaan disarankan untuk memberikan potongan harga atau harga promo dalam mempromosikan produk Oppo.

3. Dari hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel kualitas produk dapat diketahui bahwa indikator daya tahan produk *smartphone* Oppo dinilai paling rendah oleh konsumen. Dengan demikian disarankan bagi produsen ataupun distributor *smartphone* Oppo untuk meningkatkan daya tahan baterai Oppo dengan terus mengembangkan produk-produk Oppo sesuai perkembangan zaman modern.