

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini terdapat responden yang menggunakan handphone atau smartphone Oppo disimpulkan responden dalam penelitian ini berjumlah 97 diantaranya yaitu berjenis kelamin pria berjumlah 30 responden atau 30,9% dan berjenis kelamin wanita berjumlah 67 responden atau 69,1% , paling banyak berusia 20-25 tahun sebanyak 57 responden atau 58,8% , dan responden paling banyak dari Fakultas Ekonomi sebanyak 43 responden atau 44,3 % , serta berdasarkan paling lama menggunakan 9-12 bulan sebanyak 39 responden atau 40,2%.
2. Dari hasil uji t disimpulkan sebagai berikut
  - a. Variabel atribut produk memiliki nilai signifikansi uji t adalah 0,041 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ( $0,041 < 0,05$ ) maka atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
  - b. Variabel harga memiliki nilai signifikansi uji t adalah 0,377 lebih besar dari nilai alpha 0,05 ( $0,377 > 0,05$ ) maka harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- c. Variabel brand image memiliki nilai signifikansi uji t adalah 0,588 lebih besar dari nilai alpha 0,05 ( $0,588 > 0,05$ ) maka brand image berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
  - d. Variabel pengalaman konsumen memiliki nilai signifikansi uji t adalah 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Dari hasil uji F disimpulkan bahwa nilai Uji ANOVA atau F-test adalah 10,634 dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena itu tingkat signifikan lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  (5%) maka variabel Atribut Produk, Harga, Brand Image, Pengalaman Konsumen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

## 6.2 Keterbatasan

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan Antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di satu objek penelitian yaitu mahasiswa pengguna handphone atau smartphoe Oppo di Universitas Pekalongan dengan jumlah sampel 97 responden sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan sebagai hasil penelitian yang dapat mewakili seluruh jumlah pengguna smartphone Oppo di Universitas Pekalongan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen yaitu atribut produk, harga, brand image, dan

pengalamankonsumen, masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

### **6.3 Saran**

Saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi perusahaan

Perusahaan diharapkan mampu meningkatkan atribut produk didalam smartphone Oppo meliputi kualitas yang harus diperbaiki lagi, fitur-fitur yang harus dilengkapi kembali, dan desain produk harus lebih menarik karena banyaknya merek smartphone lainnya yang bisa saja dapat menjadi pesaing yang serius bagi perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Berharap melakukan penelitian lanjutan dengan variabel yang belum ada dalam penelitian ini seperti variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, pesaing produk, dan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen.