

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk *handphone* Iphone. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 67,4%. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dalam loyalitas produk Apple Iphone 6. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini **diterima**.
2. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk *handphone* Iphone. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 65,9%. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dalam loyalitas produk Apple Iphone 6. Dengan demikian, hipotesis kedua dalam penelitian ini **diterima**.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan uji F menghasilkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 97.025 dan sig F sebesar 0.000 hal ini menunjukkan bahwa sig F < 0.05, maka  $H_0$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa citra merek dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian untuk menunjukkan berapa persen loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebasnya dapat dilihat dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.667 artinya sebesar 66.7% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel citra merek dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini **diterima**.
4. Hasil penelitian ini **relevan** dengan teori ketergantungan, dimana ketergantungan disini adalah akibat proses kapitalisme global dan keseluruhan dinamika menjadi perhatian dari pendekatan ini. Hal ini

sesuai dengan berkembangnya media di Indonesia, salah satunya adalah media elektronik, yaitu handphone. Saat ini, handphone yang banyak diminati di kalangan menengah keatas adalah merek Apple Iphone 6.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini karena masih terdapat beberapa keterbatasan antara lain:

1. Sulitnya peneliti dalam mengumpulkan data atau sampel yang hanya loyal pada merek produk *handphone* iPhone, karena kadang satu orang responden menggunakan dua merek *handphone* yang berbeda. Karena sampel yang diambil adalah yang hanya menggunakan produk Apple iPhone 6.
2. Penelitian hanya dilakukan disatu tempat yaitu di Desa Condongcatur, Sleman, Yogyakarta.

## **C. Saran**

Berdasarkan keterbatasan di atas maka saran yang dapat disampaikan untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi produsen atau distributor handphone merek Iphone perlu mempertahankan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan indikator yang terendah dari citra merek dan kepuasan pelanggan. Responden memberikan penilaian terendah pada indikator memiliki pemahaman yang baik tentang nilai – nilai dari *handphone* merek Iphone. Sebaiknya perusahaan meningkatkan promosi atau iklan tentang keunggulan dan benefit dari *handphone* merek Iphone. Sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan indikator terendaha adalah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dari produk Iphone 6. Sebaiknya perusahaan dalam menetapkan harga produk disesuaikan dengan kualitas dan harga kompetitor, sehingga harga handphone Iphone terjangkau oleh konsumen.

2. Bagi produsen handphone merek Iphone juga perlu meningkatkan inovasi-inovasi pada produk selanjutnya, agar produk ini tetap digemari oleh masyarakat sehingga masyarakat tidak berpindah pada merek lain.