

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pemakai *smartphone* Lenovo pada mahasiswa S1 dan D3 FE UNJ cukup puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh produsen, walaupun dari beberapa responden cukup banyak yang menjawab “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” pada salah satu dimensi dari pernyataan kualitas produk yaitu *Reliability* (reabilitas). Begitu pula dengan tanggapan konsumen mengenai salah satu dimensi pada pernyataan kepuasan konsumen, yaitu pada dimensi *Emotional factor* responden juga cukup banyak yang menjawab “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”.
2. Besar koefisien korelasi yang dihasilkan dari analisis data adalah 0,63. Hal ini mengindikasikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *smartphone* Lenovo tergolong cukup kuat. Selain itu karena angka koefisien korelasinya positif, maka korelasi kedua variabel tersebut bersifat searah. Dengan kata lain, jika kualitas produk ditingkatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan oleh peneliti antara lain:

1. Ada lima pernyataan mengenai kualitas produk *smartphone* Lenovo pada dimensi *Reliability* (reabilitas) yang dijawab responden dengan opsi “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”, dari pernyataan pertama, beberapa responden berasal kalau sensitivitas *touchscreen* pada *smartphone* Lenovo berkurang ketika sedang menggunakan *web browser* dan *media player* musik, disarankan perusahaan untuk meningkatkan sensitivitas *touchscreen* pada *smartphone* Lenovo dan memastikan *touchscreen* pada *smartphone* tidak bermasalah ketika mengaktifkan beberapa aplikasi yang sedang digunakan.
2. Pernyataan kedua, beberapa responden beralasan kalau *speaker* pada *smartphone* Lenovo terdengar pecah jika *volume* suara ditingkatkan sampai *max*, beberapa orang mungkin memang *speaker* bukan suatu hal yang dipermasalahkan, tetapi beda lagi mungkin dengan beberapa orang penikmat musik yang membutuhkan *speaker* dengan kualitas suara yang jernih ketika *volume* suara ditingkatkan sampai level *max*, maka dari itu seharusnya perusahaan juga harus memperhatikan hal tersebut untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Pernyataan ketiga, beberapa responden beralasan ketika akan melakukan panggilan telepon atau menerima panggilan pada *smartphone* Lenovo suara *smartphone* atau *handphone* yang terpanggil atau yang memanggil tidak dapat terdengar yang berkemungkinan berhubungan dengan

speaker pada *smartphone* Lenovo tetapi *speaker* tetap berfungsi ketika menggunakan media *player* musik atau video, masalah yang seperti ini mungkin salah satu hal yang beberapa dialami beberapa *smartphone* merek lain, seharusnya perusahaan bisa lebih memperhatikan ini karena *via telepon* pada *smartphone* adalah salah satu kebutuhan dasar konsumen dari sebuah *smartphone*.

4. Pernyataan keempat, beberapa responden beralasan bahwa ketika *smartphone* dalam keadaan terkunci, tidak ada sebuah tanda atau *icon* terima pesan kalau *smartphone* telah menerima pesan, di zaman yang modern ini mungkin orang berpikir bahwa menggunakan *via sms* itu sudah tidak penting lagi, karena semua sudah serba internet dan dengan internet semua sudah lebih mudah, tetapi ini pun juga harus diperhatikan, karena *via sms smartphone* adalah salah satu kebutuhan dasar konsumen dari sebuah *smartphone*, juga salah satu alternatif jika *via internet* sedang dalam koneksi yang lambat atau tidak bisa digunakan.
5. Pernyataan yang terakhir, beberapa responden beralasan ketika menggunakan jaringan internet *smartphone* lenovo terkadang tidak dapat membaca IP dan *proxy* yang terkadang tidak dapat terdeteksi, hal seperti yang juga hal yang memungkinkan beberapa merek *smartphone* juga mengalami hal serupa, seharusnya perusahaan harus bisa lebih memaksimalkan *via internet* ini karena sudah menjadi kebutuhan sehari-hari yang sangat penting bagi konsumen di zaman yang sudah modern ini.

6. Begitu pula pernyataan mengenai kepuasan konsumen *smartphone* Lenovo yaitu pada dimensi *Emotional factor* cukup banyak responden memilih “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”, beberapa responden beralasan bahwa membeli *smartphone* lenovo hanya sekedar kebutuhan sehari-hari dan tergolong *smartphone* yang murah, untuk ini perusahaan disarankan bisa terus meningkatkan kualitas *smartphone* dengan harga *smartphone* yang terjangkau agar konsumen merasa puas atas kualitas yang diberikan, dan menunjukan kepada konsumen bahwa mereka membutuhkan *smartphone* dengan teknologinya yang canggih, karena *smartphone* bukan hanya untuk kebutuhan sehari-hari saja.
7. Di Universitas Negeri Jakarta banyak pengguna yang menggunakan *smartphone* Lenovo, dan perusahaan jangan cukup berhenti disini atau cepat merasa puas dengan apa yang sudah dicapai. Untuk itu seharusnya PT Lenovo Indonesia lebih giat lagi untuk meningkatkan kualitas produk agar kepuasan para konsumen akan meningkat dan lebih banyak menggunakan produk dari PT Lenovo Indonesia agar dapat meningkatkan kelanjutan hidup perusahaan.