

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pada OS Android. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden, pengambilan sampel melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis untuk pengolahan data penelitian menggunakan SPSS versi 21 untuk *explanatory factor analysis* dan AMOS versi 21 untuk *confirmatory factor analysis*. Setelah menganalisis data primer mengenai citra merek, persepsi kualitas produk, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada produk *smartphone* berbasis OS Android, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek pada produk *smartphone* berbasis OS Android. Memiliki nilai C.R (*Critical Ratio*) bernilai positif yaitu sebesar  $0.924 < 2.00$ . Sedangkan tidak signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar  $0.355 \geq 0.05$ . Sehingga hipotesis pertama ditolak
- b. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel persepsi kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek pada produk *smartphone* berbasis OS Android. Memiliki nilai C.R (*Critical Ratio*) bernilai negatif yaitu sebesar  $-0.039 < 2.00$ . Sedangkan

- signifikan dikarenakan memiliki nilai  $P$  sebesar  $0.969 \geq 0.05$ . Sehingga hipotesis kedua ditolak.
- c. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk smartphone berbasis OS Android. Memiliki nilai  $C.R$  (*Critical Ratio*) bernilai positif yaitu sebesar  $5.590 > 2.00$ . Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai  $P$  sebesar \*\*\* (kurang dari  $0.001$ )  $\leq 0.05$ . Sehingga hipotesis ketiga diterima.
- d. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek pada produk smartphone berbasis OS Android. Memiliki nilai  $C.R$  (*Critical Ratio*) yang positif sebesar  $0.199 < 2.00$ . Sedangkan tidak signifikan dikarenakan memiliki nilai  $P$  sebesar  $0.843 \geq 0.05$ . Sehingga hipotesis keempat ditolak.
- e. Variabel kepercayaan merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek pada produk smartphone berbasis OS Android. Memiliki nilai  $C.R$  (*Critical Ratio*) yang positif sebesar  $4.704 > 2.00$ . Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai  $P$  sebesar \*\*\* (kurang dari  $0.001$ )  $\leq 0.05$ . Sehingga hipotesis kelima diterima.

## 5.2 Implikasi

Hasil analisis menyatakan persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek. Oleh karena itu untuk meningkatkan loyalitas perusahaan harus

mampu meningkatkan respon positif pada persepsi kualitas produk (X2) dan kepercayaan merek (X3) dan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah sebagai berikut :

1. Persepsi kualitas produk menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada variabel persepsi kualitas produk memiliki indikator atau pernyataan :

Tabel 5.1

## Pernyataan Indikator Persepsi Kualitas Produk

Item	Pernyataan
PPQ_1	Smartphone berbasis OS Android memiliki kinerja yang maksimal
PPQ_4	Semua fitur yang disediakan OS Android inovatif dan bermanfaat

*Sumber : data diolah peneliti*

Dengan tingginya kebutuhan akan komunikasi, kecepatan informasi, dan sarana media hiburan, pilihan untuk menggunakan smartphone berbasis OS Android dianggap mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen merasakan manfaat yang terdapat pada keinovatifan fitur dan membuat konsumen puas ketika menggunakannya. Sehingga persepsi kualitas yang dirasakan konsumen merupakan faktor pendorong yang utama bagi mereka untuk tetap menggunakan perangkat smartphone berbasis OS Android. Dengan kata lain konsumen telah merasakan kinerja yang maksimal dari smartphone berbasis OS Android.

Bagi produsen smartphone yang mengadopsi OS Android tetap harus mengevaluasi dan merencanakan kembali strategi kualitas agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang menggunakan smartphone berbasis OS Android.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen tersebut, produsen dapat menciptakan fitur yang semakin inovatif, memiliki teknologi yang lebih maju dan mampu memberikan manfaat dan kemudahan yang seluas-luasnya kepada konsumen serta meningkatkan kualitas yang selama ini menjadi semakin baik lagi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang cenderung dinamis.

Dengan meningkatnya kepuasan maka peluang bagi produsen yang menghasilkan smartphone berbasis OS Android dapat merebut pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Bahkan dapat tetap mengungguli kompetitor yang lain.

2. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Pada variabel loyalitas merek memiliki indikator atau pernyataan:

Tabel 5.2

## Pernyataan Indikator Kepercayaan Merek

<b>Item</b>	<b>Pernyataan</b>
BT_6	Saya percaya terhadap Google sebagai perusahaan yang menciptakan OS Android
BT_9	Citra diri saya sesuai dengan citra yang dimiliki OS Android
BT_4	OS Android dapat menangani masalah saya dengan baik
BT_5	OS Android dapat memenuhi kebutuhan saya

*Sumber : data diolah peneliti*

Pencipta OS Android adalah Google pada tahun 2000. Kemudian dengan dibukanya sistem adopsi terbuka atau disebut *Open Handset Alliance* (OHA) pada tahun 2007 bersama 34 perusahaan, Google mulai mengembangkan OS Android pada perangkat smartphone, kemudian diadopsi oleh berbagai produsen smartphone di dunia.

Dengan banyaknya produsen smartphone yang mengadopsi OS Android pada produknya sama saja halnya dengan mewakili Google. Pelanggan sangat percaya akan kemampuan Google sebagai pencipta OS Android. Dengan kemampuan perusahaan yang sudah terkenal di dunia, Google telah berhasil memperoleh kepercayaan dihati pelanggan. Sehingga secara tidak langsung citra OS Android sangat bagus dimata konsumen. Kemudian pelanggan percaya bahwa dengan menggunakan produk hasil ciptaan Google, akan meningkatkan citra diri mereka. Dengan kata lain, menggunakan produk Google yang begitu canggih sama akan memberikan citra diri yang baik kepada konsumen.

Alasan lain konsumen percaya dengan OS Android adalah dapat menangani masalah dengan baik, menggunakan perangkat smartphone berarti ingin menyelesaikan masalah dan hambatan dalam ber komunikasi, mendapatkan informasi dan lain-lain. Pelanggan merasa bahwa ketika menggunakan smartphone berbasis OS Android masalah dalam komunikasi, susahnya mendapat informasi dan menemukan hiburan, melalui smartphone Android dapat teratasi, secara tidak langsung telah memenuhi kebutuhan konsumen. Produsen yang mengadopsi OS Android harus mampu memenuhi kebutuhan dan masalah konsumen yang berbeda-beda.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik untuk produsen atau perusahaan smartphone yang mengadopsi OS Android, dan juga untuk penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Bagi Produsen atau Perusahaan Smartphone yang mengadopsi OS Android
  - a. Produsen smartphone harus memberikan spesifikasi yang benar-benar murni tidak ada pemalsuan sehingga konsumen tidak ada lagi mendapatkan produk yang cacat ketika membeli dan kecewa karena produk tidak sesuai dengan spesifikasi yang seharusnya.
  - b. Produsen smartphone di tuntutan untuk menyesuaikan teknologi smartphone dengan kebutuhan zaman yang cenderung semakin maju, sebagai produsen harus terus mengevaluasi dan memperbarui teknologi yang terdapat pada perangkat smartphone sehingga OS Android dapat dioperasikan secara maksimal oleh konsumen.
  - c. Menampilkan informasi yang jelas dan dapat dengan mudah dimengerti oleh konsumen.
  - d. Produsen smartphone harus menciptakan keunikan produk tersendiri, harus berbeda dari yang lain sehingga menciptakan kesan tersendiri bagi konsumen.
  - e. Produsen smartphone memberikan jaminan kepada calon konsumennya bahwa smartphone berbasis OS Android memiliki

kinerja yang maksimal. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat yakin dan percaya.

## 2. Google

- a. Google terus meningkatkan keamanan pada setiap aplikasi-aplikasi yang terdapat di Google Play Store karena masih saja terdapat virus apabila diunduh oleh konsumen akan sangat merugikan.
- b. Memberikan tampilan yang menarik dan tidak membosankan juga menjadi salah satu hal yang harus dilakukan oleh Google, konsumen menuntut di segi tampilan OS Android agar berbeda dari yang lain, memberikan kesan eksklusif ketika menggunakannya.
- c. Menciptakan kemudahan dalam penggunaan sehingga bagi konsumen yang tidak mengerti akan teknologi bisa merasakan manfaat yang lebih dari yang biasanya sehingga bisa digunakan oleh siapa saja.

## 3. Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan sistem operasi yang berbeda, misalnya sistem operasi iOS dari Apple, Windows Phone dari Microsoft, Blackberry dari RIM, Symbian dari NOKIA atau sistem operasi lainnya.
- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menambah variabel-variabel lain.

Tabel 5.3  
Variabel Penelitian Selanjutnya

Variabel	Penelitian ini	Jing	Abdul	Zuhroh	Ramiz	Matzler
<i>Brand Image</i>	√	√			√	
<i>Perceived Product Quality</i>	√	√	√		√	
<i>Customer Satisfaction</i>	√		√		√	
<i>Brand Trust</i>	√			√	√	√
<i>Brand Awareness</i>		√				
<i>Country-of-Origin</i>		√				
<i>Perceived Value</i>			√			
<i>Brand Personality</i>				√		
<i>Customer Value</i>				√		
<i>Purchase Criteria</i>					√	
<i>Advertising Spending</i>					√	
<i>Risk Aversion</i>						√
<i>Brand Affect</i>						√

Sumber : data diolah peneliti

Berdasarkan kajian jurnal *business* dan *management*, pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel *brand awareness*, *country-of-origin*, *perceived value*, *brand personality*, *customer value*, *purchase criteria*, *advertising spending*, *risk aversion* dan *brand affect*.

- c. Hasil penelitian ini merupakan potret periode tertentu dari kondisi hubungan antara konsumen dan sistem operasi yang diadopsi pada perangkat *smartphone* di tahun 2013 – 2015. Kondisi tersebut dinamis, bisa saja berubah ketika ada sistem operasi lain melakukan promosi atau menawarkan teknologi dan inovasi baru yang lebih menarik. Sehingga memungkinkan untuk dilakukan penelitian serupa di masa yang akan datang dengan menyempurnakan alat ukur yang ada sesuai dengan kondisi dan kebutuhan. Hal ini dirasa sangat penting mengingat adanya variabel yang tidak signifikan dalam penelitian ini.

- d. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel pengunjung Mall ITC Cempaka Mas di Jakarta yang menggunakan smartphone berbasis OS Android. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan lingkup yang lebih luas atau fokus pada pusat perbelanjaan dan kota-kota lain, seperti Bandung, Surabaya, Bali dan lainnya untuk memperoleh gambaran secara lebih menyeluruh tentang sistem operasi smartphone menurut penilaian pelanggan.