

BAB V

SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai citra merek, persepsi harga melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi pengguna *smartphone* Samsung pada mahasiswa di Surabaya) dapat disimpulkan, yakni:

1. Citra merek memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan (Studi Pengguna *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Surabaya).
2. Persepsi Harga memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan (Studi Pengguna *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Surabaya).
3. Citra Merek memiliki pengaruh signifikansi terhadap loyalitas pelanggan pada (Studi Pengguna *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Surabaya).
4. Persepsi Harga memiliki pengaruh signifikansi terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pengguna *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Surabaya).
5. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikansi terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pengguna *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Surabaya).

6. Kepuasan Pelanggan bukan variabel mediator antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pengguna *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Surabaya).
7. Kepuasan Pelanggan bukan variabel mediator antara persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pengguna *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa di Surabaya).

5.2. Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, maka disarankan untuk penelitian selanjutnya, antaran lain, sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan agar mampu menyajikan rangkaian *smartphone* samsung yang memiliki mutu lebih tinggi sesuai dengan pandangan konsumen sebelumnya. Hal ini diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan reputasi merek serta persepsi harga yang positif di kalangan pelanggan, dengan tujuan menciptakan tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi demi keberlanjutan perusahaan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Harapannya adalah untuk memperluas cakupan penelitian ini dengan mempertimbangkan penambahan variabel baru dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, desain produk, dan aspek lainnya. Selain itu, diharapkan penelitian selanjutnya

dapat meluas ke wilayah dan lokasi yang lebih luas agar hasilnya dapat diterapkan secara lebih umum.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini menyoroti beberapa tantangan yang dihadapi meliputi:

1. Keterbatasan dari penelitian ini adalah variabel yang digunakan untuk mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (variabel terikat) dan Kepuasan Pelanggan (variabel mediator) hanya fokus pada Citra Merek dan Persepsi Harga (variabel bebas), sedangkan masih banyak variabel lainnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Dalam jumlah sampel yang dipakai hanya 80 orang sehingga perlu ditambah.