

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil membuktikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi acuan penting bagi perusahaan *smartphone* dalam menawarkan kualitas *smartphone* yang optimal. Di samping melihat kepada bagaimana pengguna ingin mendapatkan nilai hedonis, nilai utilitarian pada *smartphone* masih tetap menjadi fokus utama yang perlu dipertimbangkan. Rasa kesenangan pengguna saat menggunakan *smartphone* menjadi esensial ketika digabungkan dengan nilai fungsional pada *smartphone*. Melalui hasil penelitian pengguna *smartphone* tersebut, didapatkan fenomena pasar *smartphone* di kalangan masyarakat Jakarta yang dapat dikembangkan secara lebih konsisten. Dari segi metodologi penelitiannya, tidak semua penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam menyusun penelitian ini, yang memasukkan tabel nilai pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*) antarvariabelnya, sehingga analisis pengujian data oleh peneliti tidak dapat dilakukan secara lebih spesifik. Besar toleransi error sebesar 10% menyisakan kelemahan penelitian ini, mengingat alpha sebesar 5% menjadi syarat terbaik yang sering dijumpai dalam banyak penelitian, terlebih beberapa di antaranya sampai mencantumkan tingkat toleransi error yang bisa diterima oleh masing-masing koefisien jalur model penelitiannya. Keakuratan data penelitian ini hendaknya dapat ditingkatkan dengan mencoba menggunakan jenis penelitian longitudinal. Dalam hal ini, ada potensi untuk terjadinya perubahan hasil penelitian karena perubahan kondisi saat responden melakukan pengisian kuesioner di waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini

dapat ditemukan bahwa sampel keseluruhan yang dibagi menjadi sampel sebagian, menunjukkan perbedaan di antara keduanya. Alasan timbulnya permasalahan tersebut yaitu karena banyaknya merek *smartphone* yang diteliti dan masing-masing merek *smartphone* digunakan oleh pengguna dengan jumlah yang bervariasi, sehingga dapat berdampak pada signifikansi pengaruh antarvariabel. Popularitas atau reputasi merek *smartphone* bisa mengakibatkan ketimpangan jumlah pengguna. Selain itu, belum ditemukan dalam penelitian ini perihal keterkaitan antara demografi atau profil responden dengan hasil penelitian, tentang bagian manakah yang dapat dijadikan konteks khusus untuk menjabarkan penjelasan yang lebih detail dalam penelitian ini yang juga dapat mendukung justifikasi pada keseluruhan penelitian ini.

5.2 Saran

Sebagaimana penelitian ini dipentingkan berdasarkan 2 hal yaitu menghindari *word of mouth* negatif dari pengguna dan mencegah atau mengantisipasi *switching brands* oleh pengguna, dengan membaca hasil penelitian ini, baik perusahaan *smartphone* maupun pengguna diharapkan untuk saling berkontribusi satu sama lain dengan mengedepankan alternatif-alternatif seperti berikut :

Bagi perusahaan *smartphone* :

- Menyediakan layanan pelanggan 24 jam
- Menyediakan layanan servis "datang ke rumah" pelanggan
- Menyelenggarakan *event gathering* pelanggan
- Mengkategorikan layanan pelanggan premium dan umum
- Bekerjasama dengan pemerintah dalam hal pendanaan servis *smartphone*

- Memetakan posisi grup strategis di kalangan industri *smartphone* melalui keputusan konsultan bisnis perusahaan
- Melaksanakan audit periode berkala yang rutin untuk menggali wawasan pasar dan kaitannya dengan pelanggan
- Mendeteksi sensitivitas pelanggan berdasarkan indikator-indikator tertentu seperti berdasarkan demografi (jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan lainnya)

Bagi pengguna :

- Menghubungi layanan pelanggan secara sopan apabila akan mengajukan komplain
- Bertanggungjawab terhadap cara mengkomunikasikan komplain yang disebarakan melalui media sosial
- Berpikir terlebih dahulu saat hendak mengajukan komplain
- Membantu perusahaan meningkatkan daya saing *smartphone* dengan menjadi *brand ambassador* mandiri yang mengunggulkan fitur dan spesifikasi *smartphone* terkait
- Meningkatkan *product knowledge* seputar *smartphone* secara rutin
- Menghubungi badan atau lembaga yang berkecimpung dalam industri telekomunikasi ketika menghadapi permasalahan berat terkait *smartphone*
- Meminta perlindungan badan hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam konteks *smartphone*
- Turut mengembangkan dan memberdayakan diri dalam proses inovasi *smartphone* dan teknologi lainnya yang terafiliasi dengan *smartphone*
- Menjadi agen perubahan teknologi *smartphone* secara lokal yang mengarah pada kemajuan industri telekomunikasi secara global