

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Diversifikasi dan Harga Produk terhadap Loyalitas Konsumen produk iPhone di Jakarta, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Diversifikasi (X1) dan Harga Produk (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y) yang dapat dibuktikan dengan hasil uji F atau uji hipotesis secara simultan. Besarnya pengaruh dengan melihat koefisien determinasi yaitu sebesar 85,5%.
2. Variabel Diversifikasi (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y) yang dibuktikan dengan hasil uji t atau uji hipotesis secara parsial. Besarnya pengaruh dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 84,7%.
3. Variabel Harga Produk (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y) yang dibuktikan dengan hasil uji t atau uji hipotesis secara parsial. Besarnya pengaruh dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,61%.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan dipembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa Diversifikasi dan Harga Produk memberikan dampak positif dan signifikan pada Loyalitas Konsumen. Oleh karena itu disarankan agar pihak manajemen dan pemasaran apple disarankan untuk meningkatkan kualitas atribut produk seperti desain, bahan, kenyamanan dan inovasi.

Selain itu pihak manajemen dan pemasaran Apple disarankan untuk menyesuaikan beberapa strategi sebagai berikut:

1. menyesuaikan strategi penetapan harga yang tepat dapat memperkuat persepsi nilai dan kepuasan konsumen.
2. Penting untuk mempertimbangkan segmentasi pasar saat melakukan diversifikasi.
3. Produk yang ditawarkan harus sesuai dengan preferensi konsumen
4. Mengembangkan diversifikasi produk dalam bentuk teknologi yang lebih terbaru.
5. Memberikan penawaran khusus atau program loyalitas dapat mendorong konsumen untuk tetap setia pada merek.

Penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel (Diversifikasi, Harga Produk, dan Loyalitas Konsumen). Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti citra merk, kualitas produk, inovasi produk, guna memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas Konsumen Produk Iphone.

