

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan model penelitian dan analisis Pengaruh *Perceived Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Brand Associations* terhadap *Repurchase Intention* pada *smartphone* Blackberry maka hasil yang diperoleh:

1. *Perceived Quality* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*.

Hasil analisis dari tabel analisis struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* = -0.63. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini **tidak mendukung** hipotesis 1.

2. *Brand Associations* memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*.

Hasil analisis dari tabel analisis struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* = 2.20 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini **mendukung** hipotesis 2.

3. *Customer Satisfaction* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*.

Hasil analisis dari tabel analisis struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* = 0.49. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini **tidak mendukung** hipotesis 3.

4. *Perceived Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*.

Hasil analisis dari tabel analisis struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* = 9.92. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini **mendukung** hipotesis 4.

Dalam penelitian ini, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa *brand associations* memberikan pengaruh positif terhadap *repurchase intention* dan *perceived quality* juga memberikan pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan *perceived quality* tidak memberikan pengaruh positif terhadap *repurchase intention* dan *customer satisfaction* juga tidak memberikan pengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

5.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Menggunakan jurnal-jurnal modifikasi yang mendukung penelitian ini agar kuesioner dapat lebih spesifik guna mendapatkan data yang lebih akurat.
2. Menambahkan sejumlah indikator pada variabel *customer satisfaction* dan *repurchase intention* karena pada penelitian ini variabel tersebut hanya menggunakan 3 indikator. Hal ini sangat rawan jika tidak memenuhi standar validitas dan reliabilitas ketika melakukan uji validitas dan reliabilitas.

3. Menambahkan jumlah sampel mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jumlah sampel minimum dan memilih responden sesuai dengan targetnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik, akurat, dan presisi.

