

BAB 6

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan temuan hasil penelitian ini maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah hipotesis diterima, yaitu ada hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone. Semakin tinggi harga diri maka semakin puas dalam menggunakan produk *handphone* Iphone, dan sebaliknya. Pengaruh harga diri terhadap kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone sebesar 35,3% (sisanya 64,7% merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya, kemudahan, kebutuhan sosial, kesamaan hobi, serta faktor kesamaan sikap dan perilaku).

6.2. Saran

6.2.1. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone, disarankan untuk memerhatikan faktor-faktor lain (selain harga diri) yang juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone. Faktor-faktor tersebut antara lain kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya, kemudahan, kebutuhan sosial, kesamaan hobi, serta faktor kesamaan sikap dan perilaku.

Saran lainnya adalah dengan memerhatikan kendala yang dialami dalam penelitian ini, yaitu penggunaan *Google Form* bisa saja dilakukan dengan catatan peneliti memberi nomer *handphone* atau *WhatsApp* agar subjek dapat menanyakan terhadap item yang dirasa kurang dapat dipahami subjek. Saran berikutnya terkait dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa aspek harga diri yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah aspek penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggali lebih dalam (mungkin bisa menggunakan metode kualitatif) mengenai hal tersebut.

