

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Simpulan**

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada atribut produk terhadap *positioning smartphone* iPhone, maka penulis dapat menarik kesimpulan:

##### a. Harga

- 1) iPhone, pada hipotesis dari harga iPhone menempati posisi yang ideal dilihat dari segi kesesuaian manfaat dan citra merek sehingga *smartphone* iPhone dianggap mempunyai harga yang sesuai dengan kualitas yang di dapatkan dan citra merek yang dianggap sebagai unggulan dari iPhone ini, tetapi dari segi keterjangkauan dan persaingan harga masih dianggap mahal, namun secara garis besar untuk variable harga iPhone paling unggul dibandingkan pesaingnya.
- 2) Samsung, *smartphone* samsung mendapatkan hasil yang tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan ke tiga pesaing dalam penelitian ini, dan nilai yang standar diperoleh *smartphone* ini adalah dari segi kesesuaian manfaat dengan harga yang dibayarkan yang disusul dengan kesesuaian kualitas yang diperoleh dari harga yang dibayarkan, dan samsung juga dianggap mahal dalam persaingan harga.
- 3) Lenovo, *smartphone* lenovo memiliki keunggulan dari segi kesesuaian harga dengan kualitas yang diperoleh dan keterjangkauan harga yang menjadi keunggulan lainnya dan cukup bagus untuk nilai citra merek serta cukup bagus juga persaingan harga, namun Lenovo juga dianggap masih kurang dari segi kesesuaian manfaat yang diperoleh.
- 4) Sony, *smartphone* sony dianggap unggul dalam persaingan harga dan cukup baik dari kesesuaian manfaat yang diperoleh, dan cukup dalam keterjangkauan harga dan sony ini mendapatkan kesesuaian kualitas.

b. Kualitas

- 1) iPhone, pada hasil penelitian iPhone memiliki keunggulan pada kualitas produk dengan masuk kriteria *smartphone* yang kompeten dibandingkan pesaingnya, dan urutan ke dua dari *smartphone* pesaing dari segi kenyamanan produk.
- 2) Samsung, *smartphone* Samsung memiliki keunggulan dari segi kenyamanan dalam penggunaan di atas iPhone dan unggul dari *performance* yang diberikan, pelayanan garansi dan *customer service*, Samsung ini paling unggul untuk variabel kualitas dibandingkan pesaingnya.
- 3) Lenovo, *smartphone* Lenovo dianggap unggul di kualitas dari segi ketahanan produk dibawah Sony dan memberikan garansi yang bagus dibawah Samsung.
- 4) Sony, *smartphone* Sony dianggap unggul dibandingkan *smartphone* pesaing dari segi ketahanan produk dan merupakan produk yang kompeten menempati kedudukan dibawah iPhone.

b. Fitur

- 1) iPhone, dalam penelitian ini iPhone memiliki keunggulan dalam hal sistem operasi yang sangat baik dibandingkan merek pesaing dan mempunyai fitur yang unik, serta mempunyai memori internal yang besar dibawah Samsung. Namun iPhone dinilai paling unggul pada variabel Fitur.
- 2) Samsung, *smartphone* Samsung dianggap unggul dengan mempunyai memori internal yang besar namun untuk fitur masih dianggap kurang menarik dibuktikan dengan nilai yang diperoleh dalam penelitian yang mendapatkan nilai terendah.
- 3) Lenovo, *smartphone* Lenovo unggul dalam segi kemudahan dalam pengoperasiannya dan fitur yang menarik menjadikan keunggulan tambahan yang diberikan Lenovo.
- 4) Sony, *smartphone* Sony pada variabel fitur tidak memiliki keunggulan yang signifikan yaitu memiliki keunikan fitur dibawah iPhone, dan fitur yang menarik di bawah Lenovo.

### c. Desain

- 1) iPhone, dalam penelitian ini memiliki keunggulan desain yang elegan, varian warna, desain sesuai selera, dan mempunyai logo yang unik dengan logo aple yang dianggap unik, dan pada variabel Desain merupakan merek yang paling unggul dibandingkan pesaingnya setelah Samsung.
- 2) Samsung, *smartphone* samsung memiliki keunggulan desain susah ditiru, ukuran yang fleksibel, dan mempunyai ciri khas, dan samsung menempati tempat pertama untuk variabel desain dibandingkan merek pesaing.
- 3) Lenovo, *smartphone* Lenovo tidak memiliki keunggulan yang signifikan pada variabel desain namun memiliki ciri khas yang unggul setelah samsung yang menempati peringkat pertama pada variabel desain.
- 4) Sony, *smartphone* sony juga tidak memiliki keunggulan yang signifikan pada variabel desain dan memiliki keunggulan susah ditiru setelah samsung yang menempati peringkat pertama pada variabel desain.

## V.2 Saran

Saran untuk penerapan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh *handphone* iPhone untuk dapat lebih menguatkan *positioning*-nya berdasarkan atribut produk adalah untuk dapat lebih memperhatikan trend masa kini, pengembangan fitur dan desain yang lebih menarik dan penambahan varian, serta dari segi harga iPhone harus dipertimbangkan produsen iPhone karena masih dianggap mahal dibandingkan para pesaing dengan tetap mempertahankan keunggulan yang dimiliki

Pada penelitian ini merek-merek yang diteliti masih terbatas, masih perlu diteliti merek-merek lain terutama semakin pesatnya perkembangan teknologi *smartphone* yang sangat cepat. Untuk penelitian yang akan datang mengenai *perceptual map* terhadap merek *handphone* iPhone sebaiknya dapat ditambahkan

indikator-indikator lainnya untuk pembandingan dan memperkuat *positioning*, sehingga hasilnya lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

