

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil rotasi dengan metode analisis faktor data responden pengguna telepon seluler merek Nokia dikota Malang dapat disimpulkan bahwa dari 24 sub variabel tersebut dapat direduksi menjadi 9 faktor yaitu: (a) Faktor 1 meliputi variabel motivasi kerja, etos kerja dan kinerja. (b) Faktor 2 meliputi variabel visual, interaktif dan audio. (c) Faktor 3 meliputi variabel terbuka, sosialisasi, partisipasi dan pangaruh. (d) Faktor 4 meliputi variabel trend, pergaulan dan lingkungan. (e) Faktor 5 meliputi variabel menghabiskan waktu dirumah dan menghabiskan waktu diluar rumah. (f) Faktor 6 meliputi variabel cita-cita, pilihan dan kesuksesan. (g) Faktor 7 meliputi variabel harmonis, kebersamaan dan individual. (h) Faktor 8 meliputi variabel ikut-ikutan dan gengsi. (i) Faktor 9 meliputi variabel menulis.
2. Sedangkan faktor yang paling dominan dalam menggunakan telepon seluler merek Nokia dikota Malang adalah faktor bekerja.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen telepon seluler Nokia selaku produsen hendaknya memperhatikan secara seksama dan meningkatkan aspek-aspek yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan penggunaan telepon seluler terutama dalam aspek-aspek yang paling dominan dipertimbangkan dari masing-masing konsumen pengguna telepon seluler merek Nokia, yaitu berupa faktor bekerja, masyarakat, liburan, keluarga, media, gaya hidup, masa depan, dan budaya.

Bagi peneliti selanjutnya sangatlah penting mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel atau indicator yang berbeda. Sehingga temuan peneliti selanjutnya dapat menghasilkan penemuan yang lebih bervariasi sehingga semakin memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya bidang kajian segmentasi psikografik.