

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis, serta saran yang diberikan atas penelitian Pengaruh *Country of Origin* dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Produk *Smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha).

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul Pengaruh *Country of Origin* dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Produk *Smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dilihat dari karakteristik pekerjaan, diketahui karakteristik pekerjaan yang dimiliki responden adalah mahasiswa/ i sebanyak 200 responden (100%). Dari data tersebut semua pengguna produk *smartphone* Samsung adalah mahasiswa/ i. Hal tersebut menunjukkan Samsung telah berhasil memasuki salah satu segmentasi Samsung, yaitu kalangan anak muda atau mahasiswa/ i untuk membeli dan menggunakan produk *smartphone* Samsung.
2. Ada pengaruh variabel *country of origin* terhadap pengambilan keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha. Hal ini menandakan *country of origin* Samsung memengaruhi dan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk *Smartphone* Samsung.

## ***Bab V - Kesimpulan dan Saran***

3. Ada pengaruh variabel merek terhadap pengambilan keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha. Hal ini menandakan merek produk *smartphone* Samsung memengaruhi dan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung. Variabel merek sebagai salah satu variabel yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan evaluasi produk. Untuk produk yang dihasilkan di negara lain, ketika konsumen tidak banyak mendapat informasi tentang *country of origin*, maka mereka akan berusaha melakukan penilaian kualitas berdasarkan merek.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan-masukan kepada PT. Samsung Electronics Indonesia, yaitu:

1. Dilihat dari karakteristik pekerjaan, kelompok usia, dan lama pemakaian, diketahui karakteristik pekerjaan yang dimiliki responden adalah mahasiswa/ i sebanyak 200 responden (100%) dan kebanyakan dari konsumen berusia di antara 19-24 tahun (75,5%). Dengan demikian diharapkan PT. Samsung Electronics Indonesia melihat peluang pemasaran dan memfokuskan pada segmentasi mahasiswa/ i atau anak muda yang di mana dari data lama pemakaian dapat dikatakan bahwa kebanyakan konsumen menggunakan produk *smartphone* Samsung dengan lama pemakaian  $\leq 1$  tahun sebanyak 99 responden (49,5%), sehingga terlihat antusias mahasiswa/ i atau anak muda pada 1-2 tahun belakangan ini terhadap produk *smartphone* Samsung.

## ***Bab V - Kesimpulan dan Saran***

2. Pada hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh *country of origin* produk *smartphone* Samsung memengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 5%, sedangkan sisanya sebesar 95% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan PT. Samsung Electronics Indonesia lebih memerhatikan dan menginformasikan *country of origin* dari produk *smartphone* Samsung tersebut. Terbukti pada *item* pernyataan yang menganggap bahwa Korea Selatan telah memiliki citra sebagai kota maju sebanyak 149 responden (74,5%). Dengan demikian PT. Samsung Electronics Indonesia perlu juga menekankan untuk lebih memahami konsep *country of origin*, terutama di negara berkembang, sehingga faktor *country of origin* dapat memengaruhi keputusan pembelian dengan persentase yang signifikan.
3. Pada hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh merek produk *smartphone* Samsung memengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 4,7% sedangkan sisanya sebesar 95,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda dengan peneliti atau dapat juga menambahkan variabel-variabel baru ke dalam penelitian.
4. Diketahui bahwa jawaban responden pada pernyataan saya menganggap merek *smartphone* Samsung adalah produk yang berkualitas memiliki persentase yang tinggi (84,5%), namun pada *item* pernyataan saya menganggap merek *smartphone* Samsung lebih berkualitas di antara produk *smartphone* merek lainnya terjadi keraguan pada responden dengan persentase jawaban setuju hanya 52,5%, sebaiknya PT. Samsung Electronics lebih meyakinkan para konsumen dengan terus berinovasi untuk menciptakan

***Bab V - Kesimpulan dan Saran***

produk *smartphone* Samsung yang lebih berkualitas di antara produk *smartphone* merek lainnya.