

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis dan saran yang diberikan kepada perusahaan yang memproduksi *handphone* merek Blackberry.

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul Pengaruh Persepsi, Motivasi, Sikap Pengunjung Bandung Electronic Center Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Blackberry, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Persepsi Konsumen

Pada bagian ini jawaban responden sebagian besar terbagi pada setuju. Ini terjadi karena memakai *handphone* merek Blackberry menaikkan rasa percaya diri, suara *ringtone handphone* merek Blackberry enak didengar, *software handphone* merek Blackberry stabil dalam pemakaian jangka lama, dan baterai *handphone* merek Blackberry memiliki daya tahan yang lama. Ini menyebabkan konsumen merasa puas dan memiliki persepsi yang baik kepada *handphone* merek Blackberry. Walau ada juga yang memilih tidak setuju pada pertanyaan *trackpad/trackball* yang berdaya tahan kuat, responden tetap memiliki persepsi yang tinggi pada *handphone* merek Blackberry.

- Motivasi Konsumen

Blackberry sudah memiliki kualitas yang terjamin, harga purna jual tinggi, mudah digunakan, harga terjangkau, dan model bervariasi mengikuti perkembangan jaman, itu semua bisa dilihat dari mayoritas responden yang menjawab setuju dan sangat setuju. Walau terdapat juga banyak jawaban tidak setuju pada pertanyaan harga purna jual tinggi dan jawaban netral pada pertanyaan model bervariasi mengikuti perkembangan jaman, responden masih termotivasi untuk membeli *handphone* merek Blackberry.

- Sikap konsumen

Pada bagian ini responden memilih jawaban terbanyak pada setuju dan sangat setuju. Ini terjadi karena konsumen merespon dengan baik keberadaan *handphone* merek Blackberry yang beredar di pasaran, seperti model Blackberry yang mengikuti tren, memiliki model yang menarik, kombinasi warna yang menarik, casing yang *bervariasi*, dan model *keyboard* qwerty. Hal-hal di atas menciptakan hubungan sikap yang baik antara Blackberry dan konsumen. Walau begitu sebagian kecil responden ada yang menjawab netral dan tidak setuju. Tetapi responden masih memiliki sikap yang tinggi kepada *handphone* merek Blackberry.

- Dari hasil secara keseluruhan dan hasil hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi, motivasi, dan sikap pengunjung Bandung Electronic Center terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Blackberry dengan nilai yang kecil, sebesar 20%. Itu terjadi karena persepsi, motivasi, dan sikap termasuk dalam salah satu faktor dari empat faktor yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen,

yaitu faktor psikologis, yang mana masih terdapat tiga faktor lainnya yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen, yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan-kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

### - Persepsi Konsumen

Dikarenakan masih adanya jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral, disarankan supaya perusahaan yang memproduksi *handphone* merek blackberry meningkatkan kestabilan *software* blackberry sehingga mengurangi terjadinya *error*/kerusakan *software* dalam pemakaian jangka lama, menggunakan bahan yang lebih kuat pada bagian *trackpad/trackball* sehingga *trackpad/trackball* *handphone* merek Blackberry tidak mudah rusak, kualitas baterai *handphone* merek Blackberry sebaiknya ditingkatkan sehingga lebih tahan lama, dan menjaga persepsi konsumen kepada produk Blackberry dengan baik, sehingga akan meningkatkan *volume* penjualan.

### - Motivasi Konsumen

Dikarenakan masih adanya jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral, disarankan supaya perusahaan yang memproduksi *handphone* merek Blackberry meningkatkan kualitas Blackberry, selalu menjaga harga purna jual supaya selalu tinggi, selalu mengikuti perkembangan jaman sehingga tidak ketinggalan variasi dengan pesaing-pesaingnya, dan menjaga motivasi konsumen kepada produk Blackberry dengan baik, sehingga akan

meningkatkan *volume* penjualan.

- Sikap Konsumen

Dikarenakan masih adanya jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral, disarankan supaya perusahaan selalu melakukan inovasi-inovasi terbaru pada Blackberry, seperti mengeluarkan model-model Blackberry baru yang lebih menarik dan selalu mengikuti tren konsumen, mengubah *casing* pada Blackberry supaya terlihat lebih bervariasi, dan mengkombinasi warna-warna yang sudah ada supaya lebih menarik. Sesudah itu disarankan supaya menjaga sikap konsumen kepada produk Blackberry dengan baik, sehingga akan meningkatkan *volume* penjualan.