

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan didukung dengan data serta analisis yang dilakukan selama penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra pembuat

Sebagai perusahaan produsen telepon selular, Nokia saat ini disimpulkan sebagai perusahaan yang memiliki citra pembuat yang baik, hal ini sangat sesuai dengan keadaan Nokia saat ini yang menyanggah nama besar dan kredibilitasnya yang tinggi.

2. Citra pemakai

Dilihat dari tingkat pengaruh masing-masing variabel tersebut secara parsial, dapat diketahui bahwa variabel citra pemakai memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan dengan kedua variabel lainnya. Konsumen atau pelanggan telepon selular merek Nokia digambarkan sebagai orang-orang yang memiliki citra pemakai yang baik.

3. Citra produk

Telepon selular merek Nokia digambarkan sebagai telepon selular yang memiliki citra produk yang baik. Hal ini dapat dilihat dari kreativitas dan inovasi pada produk-produknya, yang saat ini sudah dapat dikatakan dapat memenuhi harapan konsumen.

Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pembuat (x_1), variabel citra pemakai (x_2) dan variabel citra produk (x_3) terhadap niat beli (Y). Hal tersebut dapat disimpulkan berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan uji t.

Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pembuat (x_1), variabel citra pemakai (x_2) dan variabel citra produk (x_3) terhadap niat beli (Y). Hal tersebut dapat disimpulkan berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F (simultan).

5.2 Saran

Dari pembahasan masalah dan kesimpulan yang ada, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu pihak Nokia dalam upaya untuk meningkatkan niat beli konsumennya, yaitu :

1. Variabel citra pembuat (x_1)

Nokia diharapkan dapat meningkatkan pelayanan lebih baik lagi, misalnya dengan : membuka Galeri Nokia di beberapa kota yang belum terjangkau, melakukan promosi lewat iklan untuk dapat lebih lagi meningkatkan popularitas perusahaan, dan meningkatkan fungsi *public relations* sebagai sarana komunikasi.

2. Variabel citra pemakai (x_2)

Nokia diharapkan dapat membina hubungan yang lebih baik lagi dengan konsumennya misalnya dengan : melakukan sosialisasi

penggunaan telepon seluler yang baik dan benar, memfasilitasi pembentukan suatu komunitas pada para konsumennya.

3. Variabel citra produk (x_3)

Nokia diharapkan dapat melakukan usaha-usaha yang dapat meningkatkan citra produknya misalnya dengan : tetap melakukan penempatan *brand name* pada produk, menyertakan fitur yang tepat guna bagi konsumen, mengembangkan antena frekuensi yang dapat menerima jaringan/sinyal yang kuat pada produknya, membuat produk yang memiliki *value for money* bagi konsumen, merancang desain produk yang, merumuskan rancangan program komunikasi visual yang mudah diserap oleh konsumen, dan mengembangkan sistem audio yang baik.

Saran-saran tersebut diambil berdasarkan variabel-variabel yang telah diteliti, dari hasil penelitian tersebut telah menunjukkan hasil yang baik, namun performa dari tiap-tiap variabelnya perlu dikembangkan lagi agar Nokia dapat mempertahankan *brand image* yang telah dicapai, dikarenakan dunia pemasaran saat ini sangat cepat mengalami perubahan sehingga Nokia sebagai bagian didalamnya perlu menyesuaikan diri karenanya.