BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5. 1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana personalitas merek *Apple iPod*, bagaimana keputusan pembelian pelanggan *Apple iPod* di Kota Bandung, dan seberapa besar personalitas merek *Apple iPod* terhadap keputusan pembelian pelanggan *Apple iPod* di Kota Bandung. Setelah mengadakan penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, kemudian menganalisa hasilnya dengan menggunakan alat-alat statistik seperti yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Personalitas merek *Apple iPod* menggambarkan karakter yang mendapat tanggapan cukup baik dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa merek *Apple iPod* yang menggambarkan karakter : membumi 72,00% responden menjawab menggambarkan, berorientasi pada keluarga 64,00% responden menjawab menggambarkan, picik 65,67% responden menjawab tidak menggambarkan , jujur 77,00% responden menjawab menggambarkan, tulus 68,00% responden menjawab menggambarkan, sehati/nyata 58,00% responden menjawab menggambarkan, sehat 64,67% responden menjawab menggambarkan, orisinal 60,67% responden menjawab menggambarkan, riang 66,67% responden menjawab menggambarkan, sentimentil 60,33% responden menjawab menggambarkan, bersahabat 61,67% responden

menjawab menggambarkan, berani 72,00% responden menjawab menggambarkan, trendi 62,00% responden menjawab menggambarkan, gembira 67,33% responden menjawab menggambarkan, bersemangat 60,00% responden menjawab menggambarkan, mengagumkan 61,33% responden menjawab menggambarkan, muda 66,67% responden menjawab menggambarkan, imajinatif 62,33% responden menjawab menggambarkan, unik 61,33% responden menjawab menggambarkan, terbaru (*up to date*) 65,33% responden menjawab menggambarkan, independen 67,67% responden menjawab menggambarkan, kontemporer 70,67% responden menjawab menggambarkan, dapat diandalkan 62,33% responden menjawab menggambarkan, bekerja keras 65,33% responden menjawab menggambarkan, aman/terjamin 63,33% responden menjawab menggambarkan, cerdas 62,00% responden menjawab menggambarkan, terampil 58,00% responden menjawab menggambarkan, mampu bekerja sama 66,33% responden menjawab menggambarkan, sukses 66,33% responden menjawab menggambarkan, percaya diri 59,33% responden menjawab menggambarkan, berkelas atas 58,67% responden menjawab menggambarkan, sangat mempesona 65,67% responden menjawab menggambarkan, berpenampilan menarik 65,67% responden menjawab menggambarkan, keren 68,33% responden menjawab menggambarkan, feminim 69,00% responden menjawab menggambarkan, halus 60,33% responden menjawab menggambarkan, suka di luar rumah 69,00% responden menjawab menggambarkan, maskulin 63,33% responden menjawab menggambarkan, barat/western 59,67% responden menjawab

menggambarkan, keras 58,67% responden menjawab tidak menggambarkan, kasar 69,67% responden menjawab tidak menggambarkan,

2. Keputusan pembelian pelanggan *Apple iPod* khususnya di kota Bandung cukup positif, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden sebagai berikut : Setelah mengetahui keberadaan dan merasakan secara keseluruhan produk *Apple iPod*, apakah mengarahkan dan mempengaruhi kepada kebutuhan musik 55,67% responden menjawab mempengaruhi, Setelah anda mengetahui produk *Apple iPod* ini, apakah mempengaruhi pencarian informasi mengenai produk iPod 56,00% responden menjawab mempengaruhi, berdasarkan rancangan personalitas merek yang dilaksanakan sangat mempengaruhi dalam memutuskan untuk memakai produk *Apple iPod* 51,33% responden menjawab mempengaruhi, Membeli produk *Apple iPod* karena kesan terhadap merek tersebut 54,67% menjawab pasti , Merasa puas setelah membeli produk *Apple iPod*, karena kesan terhadap merek tersebut 51,00% responden menjawab puas.
3. Dari perhitungan analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : Y = 6,340 + 0,067 X. Dimana Y adalah keputusan pembelian pelanggan *Apple iPod* di Kota Bandung dan X adalah personalitas merek . Konstanta sebesar 6,340 berarti bahwa jika tidak ada personalitas merek maka keputusan pembelian pelanggan *Apple iPod* di Kota Bandung adalah 6,340 . Koefisien regresi sebesar 0,067 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin personalitas merek, maka akan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan *Apple iPod* sebesar 0,067.

Pengaruh antara personalitas merek terhadap keputusan pembelian pelanggan *Apple iPod* adalah sebesar 20,00%. berarti masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian di samping personalitas merek adalah sebesar 80,00% diantaranya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian seperti promosi, harga, kualitas pelayanan maupun saluran distribusi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak masing-masing baik pihak *Apple iPod* maupun pihak universitas

1. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 20,00% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 80,00% yang mempengaruhi keputusan pembelian *Apple iPod* , seperti harga, pesaing, promosi, dan pendistribusian. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara kualitas pelayanan, harga, pesaing, promosi, dan pendistribusian terhadap keputusan pembelian *Apple iPod.*
2. Guna menciptakan personalitas merek yang baik pihak *Apple* harus melakukkan inovasi secara terus menerus terhadap produknya dan memperbaiki fitur-fitur pada *Apple iPod* seperti menambahkan fitur camera dan *Wi-Fi* pada *Apple iPod*.
3. Pihak *Apple* mestinya melakukan kerjasama dengan perusahaan ritel di Indonesia agar produk *Apple* dapat didistribusikan dengan baik hingga mencapai kota kota di sumatera, kalimantan, dan juga sulawesi.

4. Promosi juga harus ditingkatkan agar produk *Apple iPod* dapat diketahui oleh konsumen secara lebih baik, begitu juga dengan informasi mengenai kualitas dan layanan purna jual yang diberikan oleh *Apple iPod* seperti membuat iklan mengenai produk *Apple iPod* pada media televisi maupun media cetak.
5. *Apple* juga harus mengevaluasi metode penetapan harga *Apple iPod* agar dapat bersaing dengan produk lain yang ada di pasaran seperti melakukan discount harga pada produk *Apple iPod* yang terdahulu dan pemberian merchandise.
6. Pada penelitian yang akan datang sebaiknya melakukan eksperimen untuk menguji masing masing dimensi personalitas merek seperti menganalisis dimensi mana dari personalitas merek yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Apple iPod*.