

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu ada pengaruh *Attitude Toward Brand*, *Perceived Quality*, dan *Brand Uniqueness terhadap Self Brand Connections* dalam produk Iphone di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil responden jenis kelamin, menunjukkan responden yang menggunakan produk iPhone, mayoritas responden 102 orang atau dengan presentase sebesar 68.0% adalah responden perempuan. Sisanya adalah responden laki-laki dengan 48 orang atau dengan presentase 32.0%. Jadi kesimpulan responden perempuan yang menggunakan iPhone.
2. Profil responden berdasarkan usia, menunjukkan responden yang menggunakan produk iPhone. Mayoritas responden terbanyak usia 19-22 tahun sebanyak 137 orang dengan presentase 91.3% dan sisanya adalah responden terkecil usia > 18 tahun sebanyak 5 orang dengan presentase 3.3%. Jadi kesimpulan bahwa mayoritas yang berusia 19-22 tahun menggunakan produk iPhone.
3. Profil responden berdasarkan pengeluaran per bulan, menunjukkan responden yang menggunakan produk iPhone. Mayoritas responden terbanyak 90 orang pengeluaran sebanyak Rp1.000.000 - Rp2.000.000 atau dengan presentase sebesar 60.0% dan sisanya terkecil adalah responden 4 orang pengeluaran sebanyak < Rp8.000.000 atau dengan

presentase 2.7%. Jadi kesimpulan bahwa mayoritas pengeluaran adalah sebesar Rp1.000.000 - Rp3.000.000.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel X (*Attitude Toward Brand, Perceived Quality, Brand Uniqueness*)

1. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 47,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki kualitas yang tinggi.
2. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 48,7% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone mencerminkan barang yang mahal.
3. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 44,0% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki rasa nyaman.
4. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 41,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone menyukai produk Iphone.
5. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 45,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki kualitas yang tinggi.
6. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 42,7% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki kualitas yang tinggi dibandingkan pesaing.
7. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 41,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki terhindar dari resiko.

8. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 46,7% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki berfungsi dengan tinggi.
9. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 42,7% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki memiliki fitur-fitur yang berbeda.
10. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 44,7% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki privasi.
11. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 48,0% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki ketertarikan untuk membeli produk tersebut.
12. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 46,7% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki produk yang unik.

Tanggapan responden variabel Y (*Self Brand Connection*)

1. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 40,7% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone mencerminkan gaya hidup saya.
2. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 51,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone memiliki upaya branding sangat baik.
3. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 43,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone meningkatkan kualitas diri.

4. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 39,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone mencerminkan kemewahan.
5. Berdasarkan tabel, ditemukan bahwa sebanyak 43,3% memberikan jawaban setuju, bahwa produk Iphone meningkatkan aktualisasi diri.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan peneliti dalam penelitian kali ini adalah sampel yang digunakan oleh peneliti hanya dibatasi pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang menjadi konsumen produk Iphone. Keterbatasan peneliti lainnya adalah peneliti ini hanya mengambil jumlah responden yang tidak terlalu banyak yaitu hanya 150 responden yang diambil oleh peneliti.

5.3 Saran

Untuk itu, peneliti dapat membuat saran atau rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk Produk iPhone, lebih adanya inovasi dalam produk-produk keluaran terbaru dan menjaga kualitas *handphone* agar dapat mempertahankan keunikan dari segi fitur maupun segi teknologi itu sendiri.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti dapat menggunakan objek yang lain agar lebih luas seperti produk Apple lainnya(Mac, iPod, Mac Book, iPad, iMac)
3. Diharapkan juga peneliti yang selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih luas lagi. Tidak hanya seputar mahasiswa, tetapi sampel lebih

diperluas kearah yang lebih global. Baik dari segi usia, profesi, status, dan lain-lain

4. Diharapkan juga pada peneliti selanjutnya, jumlah reponden yang digunakan lebih banyak sehingga akhir penelitian akan lebih akurat hasilnya.

