

## Bab V

### Penutup

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek mempengaruhi Niat Pembelian *smartphone* Samsung karena memiliki t hitung sebesar 7.202 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,748; serta dengan menggunakan uji determinasi, Citra Merek memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel Keputusan Pembelian sebesar 25,4%.
2. Kualitas Produk mempengaruhi Niat Pembelian *smartphone* Samsung karena memiliki nilai t hitung sebesar 9,980 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,757 serta dengan menggunakan uji determinasi, Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel Keputusan Pembelian sebesar 39,8%.
3. Harga mempengaruhi Niat Pembelian *smartphone* Samsung karena memiliki nilai t hitung sebesar 4,774 signifikansi 0,000 lebih besar dari 0,05 ( $0,000 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,362 serta dengan menggunakan uji determinasi, Harga memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel Keputusan Pembelian sebesar 12,8%.
4. Gaya Hidup mempengaruhi Niat Pembelian *smartphone* Samsung karena memiliki nilai t hitung sebesar dan 10,717 signifikansi 0,000

lebih besar dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0.678 seta dengan menggunakan uji determinasi, Gaya Hidup memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel Keputusan Pembelian sebesar 43,3%.

5. Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup diperoleh nilai F hitung sebesar 36,560 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), serta Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel Keputusan Pembelian sebesar 48,8%. maka dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna *Smartphone* Samsung”

## 5.2 Implikasi Manajerial

Hal yang dapat dibandingkan dengan penelitian terdahulu pada Blackberry Gemini dengan penelitian *Smartphone* Samsung adalah objek penelitian yang serupa yaitu *Smartphone*. Besarnya pengaruh dalam penelitian Blackberry Gemini sebesar 71.7% dan pada penelitian *Smartphone* Samsung sebesar 42.1%. Maka dapat disimpulkan besarnya pengaruh dalam penelitian Blackberry Gemini lebih besar dibandingkan dengan *Smartphone* Samsung Karena Blackberry sudah di akui terlebih dahulu dimasyarakat luas. Sedangkan *Smartphone* Samsung yang baru muncul beberapa tahun kemudian memiliki pengaruh yang tidak lebih besar dari Blackberry karena pada saat naik daunnya Samsung, banyak saingan yang berusaha menyaingi. Bagi perusahaan *smartphone* seperti Samsung faktor citra merek, kualitas, dan harga merupakan

faktor yang cukup penting dan di tambah faktor gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Maka dari itu Samsung harus dapat terus menjaga *image* mereknya dan meningkatkan Kualitas Produk nya seperti penambahan fitur fitur yang lebih modern dan terkini sehingga menarik dan mendukung gaya hidup konsumen , selain itu penyesuaian harga yang diberikan agar lebih sesuai dengan barang yang di tawarkan. Dengan faktor faktor tersebut terjangkau oleh Samsung maka di harapkan Samsung dapat terus menjadi pilihan utama konsumen dalam memutuskan pembelian *smartphonanya*.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini membahas hanya dari sebagian elemen bauran pemasaran yaitu produk dalam hal ini mencangkup merek dan kualitas, dan elemen bauran pemasaran lain adalah harga selain itu hanya membahas faktor pribadi dari perilaku konsumen yaitu gaya hidup.
2. Pengumpulan data pada penelitian ini masih kurang efektif karena masih ada beberapa responden yang mengisi kuesioner secara asal dan pada akhirnya data tersebut tidak dapat dipergunakan.
3. Pengumpulan sampel untuk penelitian ini hanya sebatas wilayah tertentu saja yaitu pada Universitas Kristen Maranatha.
4. Objek yang di teliti dengan objek yang di teliti dalam jurnal utama memiliki perbedaan sistem operasi.

## 5.4 Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diberikan, berikut saran yang dapat diberikan kepada:

- Perusahaan
  1. Perusahaan perlu melakukan pembenahan terhadap citra merek smartphone Samsung, dalam hal ini perusahaan selain dengan memberikan iklan seperti di tv maupun di billboard, perusahaan juga dapat melakukan sponsoring untuk event tertentu ataupun dengan menyewa artis yang dapat mendorong nama Samsung agar lebih di ingat di masyarakat.
  2. Samsung juga diharapkan untuk memberikan inovasi yang terus menerus dan peningkatan pada kualitas produk yang disesuaikan dengan harga yang pantas agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing serta memberikan pengalaman yang menyenangkan terhadap penggunaan produk tersebut sehingga dapat memberikan kesan yang baik agar terus diingat oleh konsumen.
- Akademisi
  1. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat membahas variabel lain dari bauran pemasaran maupun variabel perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
  2. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat membahas pengaruh – pengaruh terhadap keputusan pembelian secara lebih detail.

3. Penyebaran kuesioner akan lebih mudah jika di sebarakan melalui aplikasi seperti google form.

