

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dibahas dalam bab sebelumnya, maka di dalam Bab V ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penelitian ini.

5.1 Kesimpulan

Secara rinci hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai signifikan (α) pada kualitas produk yang diperoleh dari analisis regresi sebesar 0,000, yang berarti H_0 ditolak karena nilai signifikan (α) dari faktor persepsi nilainya $\leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Apple berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Apple mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung.
2. Besarnya pengaruh kualitas produk Apple terhadap keputusan pembelian produk Apple mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung adalah sebesar 11,9% dan sisanya adalah 88,1% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Penilaian pada variabel kualitas produk dapat dilihat dari beberapa aspek yang ada pada pernyataan kuesioner. (1) Produk Apple yang memiliki variasi menarik, 93 responden dengan presentase 62,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (2) Produk Apple yang memiliki warna menarik, 104 responden dengan presentase 69,8% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (3) Produk Apple yang memudahkan responden menggunakan GPS, 87 responden dengan presentase 58,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (4) Produk Apple yang memudahkan responden dalam berkomunikasi, 89 responden dengan presentase 59,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (5) Produk Apple yang memiliki kamera berkualitas, 90 responden dengan presentase 60,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (6) Produk Apple memiliki Email yang mudah digunakan, 99 responden dengan

presentase 66,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (7) Produk Apple yang memiliki fitur-fitur canggih, 91 responden dengan presentase 61,1% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (8) Produk Apple yang memiliki tampilan produk menarik, 100 responden dengan presentase 67,1% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (9) Produk Apple yang memiliki fungsi produk untuk berkomunikasi lebih tepat, 92 responden dengan presentase 61,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (10) Produk Apple yang memiliki daya tahan produk tidak mudah rusak, 92 responden dengan presentase 61,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (11) Produk Apple yang memiliki Umur ekonomis cukup lama, 86 responden dengan presentase 57,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (12) Produk Apple yang memiliki baterai cukup kuat, 85 responden dengan presentase 57,0% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (13) Produk Apple memiliki akses internet yang cepat, 89 responden dengan presentase 59,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (14) Produk Apple memiliki sparepart yang mudah dicari, 73 responden dengan presentase 49,0% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (15) Produk Apple yang memiliki Speaker suara yang jelas, 89 responden dengan presentase 59,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (16) Produk Apple yang memiliki design produk menarik, 95 responden dengan presentase 63,8% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (17) Persepsi pengguna produk Apple terhadap kualitas produk, 83 responden dengan presentase 55,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut.

4. Penilaian pada variabel keputusan pembelian dapat dilihat dari beberapa aspek yang ada pada pernyataan kuesioner. (1) Memanfaatkan fasilitas produk Apple sebagai alat komunikasi sudah menjadi budaya bagi para mahasiswa, 67 responden dengan presentase 45,0% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (2) Kelas sosial mempengaruhi responden dalam menggunakan produk Apple, 70 responden dengan presentase 47,0% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (3) Lingkungan kampus membuat responden dalam menggunakan produk Apple, 82 responden dengan presentase 55,0% menyatakan setuju akan

penelitian tersebut. (4) Keluarga berpengaruh terhadap pembelian produk Apple, 93 responden dengan presentase 62,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (5) Peranan dan status mempengaruhi keputusan pembelian produk Apple, 78 responden dengan presentase 52,3% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (6) Keputusan pembelian produk Apple ditentukan oleh keadaan ekonomi, 92 responden dengan presentase 61,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (7) Gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian produk Apple, 90 responden dengan presentase 60,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (8) Kepribadian dan konsep diri mempengaruhi keputusan pembelian produk Apple, 81 responden dengan presentase 54,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (9) Pembelian dilakukan karena terdapat motivasi dalam menggunakan produk Apple, 93 responden dengan presentase 62,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (10) Persepsi konsumen mempengaruhi keputusan pembelian produk Apple, 94 responden dengan presentase 63,1% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (11) Penggunaan produk Apple berpengaruh terhadap proses belajar responden, 93 responden dengan presentase 62,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (12) Menggunakan produk Apple menambah kepercayaan diri responden, 80 responden dengan presentase 53,7% menyatakan setuju akan penelitian tersebut. (13) Sikap konsumen mempengaruhi keputusan pembelian produk Apple, 81 responden dengan presentase 54,4% menyatakan setuju akan penelitian tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulisan dapat memberikan ide masukan-masukan bagi perusahaan Apple, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan di luar lingkungan Universitas Kristen Maranatha agar data yang diperoleh lebih umum.
2. Penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang lebih beragam untuk menguji keputusan pembelian seperti kepuasan pelanggan.
3. Penelitian selanjutnya disarankan meneliti konsumen secara lebih mendalam misalnya dengan wawancara, agar informasi yang didapat akan lebih akurat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung yang pernah menggunakan produk Apple atau yang sedang menggunakan produk Apple.
2. Penelitian ini dilakukan dengan metode *survey* menggunakan kuesioner saja yang semestinya penelitian bisa juga dilakukan dengan wawancara.