

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan Penelitian**

Penelitian bertujuan untuk meneliti pengaruh Gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone apple pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas. penelitian dilaksanakan dengan penyebaran kuisioner secara online kepada 130 responden dengan kualifikasi angkatan, umur dan uang saku perbulan. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini yaitu :

1. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Apple pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Andalas.
2. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Apple pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Andalas.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Apple pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Andalas.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, terdapat beberapa implikasi diperoleh bagi perusahaan Apple dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan

dari produk smartphone Apple. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### 1. Gaya Hidup

Perusahaan Apple perlu lebih fokus membangun gaya hidup pengguna apple, Gaya hidup juga turut mempengaruhi keputusan pembelian Smartphone Apple, terlihat dari nilai original sample yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar kedua setelah kualitas produk dengan angka 0,303. Perusahaan Apple dapat menunjukkan gaya hidup anak muda generasi saat untuk dapat terus menarik calon konsumen iPhone. Tim Strategi marketing dapat membuat iklan-iklan yang lebih menunjukkan dengan detail pengguna dengan gaya hidup seperti apa yang cocok menggunakan iPhone.

### 2. Citra merek

Citra merek yang telah dibangun oleh perusahaan Apple sudah terbangun dengan baik di Indonesia, Hal tersebut perlu terus dipertahankan oleh perusahaan Apple karena dalam penelitian ini citra merek memiliki pengaruh terkecil terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan kedua variabel lainnya dengan angka 0,187, berdasarkan jawaban responden penelitian ini mereka sangat setuju dengan pernyataan X2.4 sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek Smartphone Apple pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas

karena mereka membeli Smartphone Apple karena produknya tahan lama . Produk iPhone juga memiliki ciri khas yang mudah dikenali, ciri khas tersebut merupakan salah satu hal positif yang perlu dipertahankan dalam membangun citra merek. Dengan baiknya citra merek yang dimiliki, para responden setuju untuk merekomendasikan smartphone Apple kepada teman dan keluarganya sehingga secara tidak langsung perusahaan mendapatkan pemasaran gratis melalui *word of mouth* para pengguna Smartphone Apple.

### 3. Kualitas Produk

Kualitas produk termasuk dalam faktor penentu keputusan pembelian, hal ini dilihat dari hasil nilai rata-rata jawaban para responden X3.7 dan X3.8 dengan rata-rata 4,32 yang menyatakan bahwa mereka memperhatikan warna dan fitur-fiturnya. terlihat dari nilai original sample yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar diantara dua variable lainnya dengan angka 0,363. Fitur-fitur dalam *Smartphone* Apple dapat dikatakan lebih baik dibandingkan ponsel lain, namun perusahaan tetap perlu meningkatkan dan mengembangkan fitur-fitur yang bermanfaat dalam iPhone karena hal tersebut juga turut mempengaruhi keputusan pembelian. dapat disimpulkan bahwa responden memilih membeli iPhone karena banyak manfaat yang didapatkan saat menggunakan produk Apple tersebut

### **5.3 Keterbatasan penelitian**

Berdasarkan pengalaman peneliti selama melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil peneliti ini tidak sempurna serta memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Peneliti ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuisioner yang disebarakan melalui google form yang diisi oleh responden, hingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas.
2. Objek penelitian ini hanya pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.

### **5.4 Saran Penelitian**

Berdasarkan hasil, kesimpulan, serta keterbatasan pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi perusahaan Apple untuk meningkatkan penjualan di Indonesia, khususnya Kota Padang. Apple dapat mempertahankan kualitas produk dan citra mereknya, namun terdapat beberapa peningkatan yang diharapkan oleh pelanggan seperti kemudahan dalam perawatan dan perbaikan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau wawasan terkait dengan pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat

memodifikasi atau menambah variabel yang berbeda sebagai variabel bebas karena masih terdapat 50% variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti juga dapat menggunakan indikator-indikator lain untuk mengukur pengaruh variabel. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, sebagai tinjauan Pustaka serta sumber referensi Pustaka serta sumber referensi bagi peneliti yang berminat untuk membahas mengenai gaya hidup citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

