

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan studi lapangan, yakni dengan menyebar kuisioner kepada 100 orang mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo. Untuk menganalisis hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS versi 3.0 M3.
2. Setelah melakukan analisis dengan menggunakan program smartPLS diperoleh hasil sebagai berikut:
 - a) Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kelompok referensi dan keputusan pembelian *smartphone* Oppo bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Hal ini menunjukkan bahwa ketika akan melakukan pembelian *smartphone* Oppo, responden akan menanyakan kepada kelompok referensi mengenai produk yang akan dibeli, seperti kepada keluarga, sahabat, atau teman kuliah. Hal yang menjadi patokan bagi responden dari kelompok referensi antara lain pengalaman, pengetahuan, kredibilitas, daya tarik, dan keaktifan kelompok referensi.
 - b) Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup dan keputusan pembelian *smartphone* Oppo bagi mahasiswa Fakultas

Ekonomi Universitas Andalas. Hal ini berarti ketika akan melakukan pembelian *smartphone*, gaya hidup merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan bagi responden. Gaya hidup ini meliputi bagaimana aktifitas, minat, dan pendapat responden terhadap *smartphone* Oppo yang akan dibeli.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa implikasi yang diperoleh bagi perusahaan Oppo ataupun bagi diler *smartphone* Oppo dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan ataupun diler Oppo dalam memproduksi dan mempromosikan *smartphonanya* dapat memperhatikan keberadaan orang-orang yang dapat mempengaruhi keputusan calon konsumen. Promosi yang gencar seperti pada mahasiswa, keberadaan teman-teman kuliah atau dosen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Atau bagi orang yang telah bekerja, rekan kerja akan sangat berpengaruh pada keputusan mereka. Mempengaruhi orang-orang atau kelompok-kelompok seperti ini juga akan memberikan pengaruh kepada calon konsumen.

Selain memperhatikan faktor kelompok referensi seperti diatas, faktor gaya hidup juga harus diperhatikan oleh perusahaan atau diler Oppo. Oppo dapat memproduksi *smartphone* yang dapat membantu aktifitas penggunanya atau menciptakan *smartphone* yang dilengkapi fitur-fitur yang diminati oleh konsumen. Dalam hal promosi pun, gaya hidup bisa jadi pertimbangan, seperti dengan menciptakan *positioning* yang kuat dengan cara membuat kesan mewah pada *smartphone* Oppo itu sendiri sehingga dapat menimbulkan pendapat atau opini yang positif oleh konsumen dan dengan cara memudahkan metode pembayaran karena mayoritas mahasiswa

mempunyai pendapatan/uang saku kecil dari Rp 1000.000. Hal inilah yang perlu diperhatikan bagi perusahaan ataupun diler Oppo untuk meningkatkan penjualannya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman yang peneliti alami selama melakukan proses penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan-keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuisioner yang diisi oleh responden. Sehingga data yang diperoleh terbatas dan tidak bisa bertanya secara menyeluruh kepada responden.
- b. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya kelompok referensi dan gaya hidup. Sehingga tidak mengetahui secara keseluruhan hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian responden.
- c. Responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya dalam ruang lingkup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, sehingga belum menggambarkan sepenuhnya penggunaan *smartphone* Oppo.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan peneliti, penelitian ini masih banyak kekurangan, sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki dan diperhatikan lagi

untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa saran perlu ditambahkan agar penelitian lebih baik lagi, diantaranya:

- a. Diharapkan pada peneliti selanjutnya agar menggabungkan data kuantitatif dengan data kualitatif sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialami oleh responden.
- b. Diharapkan pada peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti: motivasi, persepsi, kepribadian, pelayanan, promosi, dan harga agar dapat lebih menggambarkan keputusan pembelian konsumen.
- c. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk bisa mengidentifikasi dan mendeskripsikan lebih luas tentang responden yang digunakan dalam penelitian, karena *smartphone* Oppo tidak hanya digunakan oleh mahasiswa melainkan oleh semua kalangan misalnya ibu rumah tangga dan orang yang telah bekerja.

