

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab IV maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara citra merek dengan niat beli tetapi hanya sedikit pengaruhnya antara variabel citra merek dan niat beli konsumen pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas produk dengan niat beli tetapi hanya sedikit pengaruhnya antara variabel kualitas produk dan niat beli konsumen pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
3. Variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara pengetahuan produk dengan niat beli tetapi hanya sedikit pengaruhnya antara pengetahuan produk dengan niat beli konsumen pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
4. Variabel keterlibatan produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

keterlibatan produk tidak mempengaruhi niat pembelian konsumen terhadap laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.

5. Variabel atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk dapat mempengaruhi niat beli konsumen pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
6. Variabel loyalitas merek berpengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas merek dapat mempengaruhi niat pembelian konsumen terhadap laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting untuk pihak perusahaan Acer agar lebih mengamati dan menganalisa faktor citra merek, kualitas produk, pengetahuan produk, keterlibatan produk, atribut produk, dan loyalitas merek. Karena dari beberapa variabel tersebut hanya 2 variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh yaitu variabel atribut produk dan loyalitas merek. Artinya semakin tinggi tingkat atribut produk dan loyalitas konsumen terhadap suatu merek maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk membeli laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.

Atribut produk dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas produk laptop merek Acer dan meningkatkan fitur – fitur bawaan yang ada pada laptop merek Acer serta gaya dan desain dari laptop merek Acer lebih divariasikan lagi agar lebih menarik perhatian dari konsumen. Seperti yang

diketahui bahwa atribut produk penting dalam memutuskan seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Apabila atribut produk ditingkatkan dengan baik dan bagus akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap laptop merek Acer. Loyalitas konsumen dapat dilihat dengan pembeliannya secara berulang yang berarti konsumen merasa puas akan produk laptop merek Acer. Kepuasan konsumen akan membuat konsumen tersebut setia dan merekomendasikan pada orang lain untuk menggunakan serta membeli produk laptop merek Acer.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang peneliti lakukan dilapangan, implikasi yang dapat dilakukan perusahaan Acer adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan atribut bawaan produk yang mengikuti perkembangan teknologi sehingga tidak kalah saing dari merek – merek laptop lainnya sehingga konsumen dapat lebih loyal dan setia pada laptop merek Acer.

Dari hasil penelitian variabel yang paling signifikan dan berpengaruh positif adalah variabel atribut produk dan loyalitas merek yang mempengaruhi niat pembelian laptop merek Acer di Kota Payakumbuh. Maka untuk meningkatkan loyalitas tersebut maka pihak perusahaan Acer harus mengikuti perkembangan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan atribut produk untuk menarik perhatian konsumen di Kota Payakumbuh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti ini tidak terlepas dari keterbatasan yang ada, keterbatasan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber untuk peneliti dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya mengkaji atau membahas variabel citra merek, kualitas produk, pengetahuan produk, keterlibatan produk, atribut produk dan loyalitas merek terhadap niat pembelian konsumen pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh dan pengujian ini hanya mampu menjelaskan pengaruhnya sebesar 60,4% saja, sedangkan sisanya sebesar 39,6% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak peneliti masukan dalam penelitian ini.
2. Responden dalam penelitian ini hanya 192 responden dari kalangan konsumen yang memakai, yang pernah memakai dan yang baru berniat membeli laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
3. Dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu laptop merek Acer secara keseluruhan dan tidak dikategorikan berdasarkan jenis dan spesifikasinya.
4. Lokasi penelitian hanya difokuskan pada wilayah Kota Payakumbuh, maka hasil penelitian hanya bisa diterapkan di Kota Payakumbuh saja.

5.4 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti perlu memberikan beberapa saran sebagai berikut :

Bagi peneliti selanjutnya :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel citra merek, kualitas produk, pengetahuan produk, keterlibatan produk, atribut produk dan loyalitas merek, karena itu disarankan untuk peneliti selanjutnya menambah variabel lain yang juga mempengaruhi niat pembelian

seperti kepribadian, status sosial, *brand awareness*, kepercayaan, dan kepuasan.

2. Wilayah penelitian ini hanya mencakup Kota Payakumbuh saja, jadi disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti lokasi yang lebih luas dan tidak difokuskan pada satu wilayah saja, sehingga hasil yang diinginkan lebih maksimal.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengelompokan jenis dan spesifikasi laptop merek Acer yang akan diteliti.

Bagi Perusahaan Acer :

Pihak perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dan atribut produk dengan mengikuti perkembangan teknologi untuk tetap menjaga citra mereknya dipasaran sehingga lebih menarik perhatian konsumen dan meningkatkan rasa setia konsumen terhadap produk laptop merek Acer. Peneliti menyarankan untuk meningkatkan kualitas produk yang mengikuti perkembangan zaman karena dari hasil penelitian peneliti menemukan bahwa banyak konsumen yang mengeluhkan kualitas produk Acer saat ini dinilai buruk dan juga produk tersebut sering mengalami hang dalam pemakaiannya.

