

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Variabel *brand name* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh. Hal ini berarti bahwa mereknya yang diakui secara internasional dan dapat dipercaya berpengaruh terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh.
2. Variabel *product feature* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh. Hal ini berarti bahwa desain dan kualitas yang dimiliki oleh *smartphone* Samsung memiliki pengaruh terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh.
3. Variabel *product price* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh. Hal ini berarti bahwa orang yang berniat untuk membeli *smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh tidak terlalu mempertimbangkan harga, tetapi mereka lebih mempertimbangkan kualitas dan manfaat yang diberikan oleh *smartphone* Samsung.
4. Variabel *social influence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh. Hal ini berarti



bahwa orang disekitar atau teman dan keluarga memiliki pengaruh terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan pengamatan peneliti di lapangan, implikasi yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan Samsung adalah memperbaiki *social influence* yang di timbulkan oleh produknya terkait “Teman dan keluarga saya berpikir bahwa kita semua harus menggunakan *smartphone* Samsung” karena ini merupakan salah satu dari indikator dari variabel *social influence*. Sehingga dengan ini maka perusahaan Samsung perlu memperhatikan peranan teman dan keluarga terhadap penggunaan *smartphone* Samsung yang berpengaruh atas niat beli *smartphone* Samsung oleh konsumen atau pengguna *smartphone* Samsung.

Selain itu perusahaan *smartphone* Samsung sebaiknya mempertahankan faktor *brand name* terkait “Saya lebih memilih untuk membeli *smartphone* Samsung karena mereknya diakui secara internasional” karena ini merupakan salah satu dari indikator dari variabel *brand name*. Sehingga dengan ini maka perusahaan Samsung perlu memperhatikan peranan merek *smartphone* Samsung yang diakui secara internasional karena berpengaruh terhadap niat beli *smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada. Keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini dapat menjadi sumber perbaikan

untuk penelitian dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel *brand name*, *product feature*, *product price* dan *social influence* terhadap *purchase intention smartphone* Samsung di Kota Payakumbuh yang dalam pengujiannya hanya mampu menjelaskan pengaruh sebesar 62,2% sedangkan sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Responden dalam penelitian ini sebanyak 135 responden dari kalangan responden yang menggunakan *smartphone* Samsung maupun responden yang berniat untuk membeli *smartphone* Samsung di masa yang akan datang.
3. Lokasi pada penelitian ini hanya difokuskan pada wilayah Kota Payakumbuh, maka hasil penelitian ini hanya bisa diterapkan di Kota Payakumbuh.
4. Pada penelitian ini hanya meneliti *purchase intention smartphone* Samsung dengan semua tipe produk yang dimiliki oleh *smartphone* Samsung tanpa ada spesifik tipe yang diteliti.

5.4 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

5.4.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel *brand name*, *product feature*, *product price*, dan *social influence* untuk itu

disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang juga ikut mempengaruhi *purchase intention*.

2. Wilayah cakupan pada penelitian ini hanya di Kota Payakumbuh saja, disarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat meneliti di lokasi lain sehingga hasilnya bisa untuk dijadikan sebagai perbandingan.

5.4.2 Bagi Perusahaan Samsung

Pihak perusahaan Samsung disarankan untuk menjaga dan mempertahankan *brand name* pada produk *smartphonenya*, *product feature* yang dimiliki *smartphonenya*, dan *social influence* yang dapat ditimbulkan oleh produk *smartphonenya*, namun juga memperhatikan dan memperbaiki *product price* pada *smartphone* di mata konsumennya.

