

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dengan menyebar kuesioner. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada masyarakat di kota Padang, dengan jumlah 110 sampel yaitu konsumen yang pernah membeli *smartphone* Vivo di kota Padang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo dan memiliki hubungan yang positif, Hal ini menunjukkan bahwa *smartphone* Vivo di kota Padang memiliki pengaruh yang kuat dalam menciptakan citra merek yang baik di benak konsumennya.
2. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pengguna *smartphone* Vivo di kota Padang merasa bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian *smartphone* Vivo.
3. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo. Hal ini berarti harga bukanlah pertimbangan utama bagi konsumen *smartphone* Vivo dalam melakukan keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan *smartphone* Vivo. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan merek yang kuat dan ditingkatkan lagi oleh pihak BBK Electronics Corporation. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Tetapi terdapat indikator yang perlu di pertahankan dan ditingkatkan adalah keunikan-keunikan *smartphone* Vivo.

Pada variabel kualitas produk hal diharapkan dapat meningkatkan kehandalan yang sangat baik ditingkatkan lagi oleh pihak BBK Electronics Corporation. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen serta juga melakukan inovasi-inovasi baru pada produknya agar desain atau penampilan *smartphone* Vivo lebih dapat menarik konsumen baru.

Pada variabel harga mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo, walaupun harga bukan menjadi alasan utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tetapi faktor ini tetap harus diperhatikan oleh pihak BBK Electronics Corporation untuk mempertahankan bahkan lebih mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu indikator yang perlu ditingkatkan oleh pihak BBK Electronics Corporation adalah harga yang sesuai dengan manfaat dinilai belum sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen dibandingkan dengan *smartphone* merek lain.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam melakukan penelitian ini karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang penulis teliti hanya pada konsumen yang pernah membeli *smartphone* Vivo saja.
2. Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga hasil penelitian ini belum memiliki tingkat akurasi yang kuat.
3. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari tiga variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
4. Ruang lingkup penelitian ini hanya sebatas di kota Padang.
5. Tidak menanyakan soal berapa banyak *smartphone* yang dimiliki oleh responden.
6. Tidak menanyakan kepada responden pernah membeli *smartphone* vivo atau hanya menggunakannya *smartphone* vivo.

5.4 Saran-saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ditujukan untuk :

5.4.1 Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih berkembang dengan menambahkan variabel lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, selain dari variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Dalam menyebarkan kuisioner, diharapkan pada para penelitian selanjutnya untuk mengambil atau melakukan *survey* pada responden yang lebih banyak dan lebih luas agar hasil dari penelitian tersebut lebih akurat dan Pengambilan data sebaiknya selalu didampingi oleh peneliti, agar dapat lebih mengontrol dan menjelaskan apabila responden tidak mengerti atau susah memahami maksud dari poin-poin pertanyaan yang ada pada kuisioner.
3. Dalam menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone Vivo*, diharapkan agar menambahkan objek lain untuk memperkuat hasil penelitian tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone Vivo*.

5.4.2 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden, terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban negatif dari responden, seperti pada salah satu indikator variabel citra merek bahwa responden cenderung melakukan perbandingan dengan kompetitor *smartphone* Vivo. Hal ini harus lebih diperhatikan oleh pihak Vivo agar konsumennya tidak lagi membandingkan *smartphone* Vivo dengan kompetitornya.

Selanjutnya pada variabel kualitas produk terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban negatif dari responden, kebanyakan dari responden menjawab kehandalan *smartphone* Vivo lebih rendah dari kompetitor *smartphone* Vivo. Hal ini harus dapat ditanggulangi oleh pihak Vivo dengan lebih mempertimbangkan kehandalan *smartphone* Vivo yang lebih baik agar membangkitkan keinginan dan semangat konsumen untuk membeli *smartphone* Vivo.

Pada variabel harga indikator sesuai dengan manfaat yang didapatkan, mendapat jawaban negatif dari responden hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian *smartphone*, hal ini dapat di atasi dengan meningkatkan kualitas *smartphone* Vivo sehingga manfaat sesuai dengan harga yang ditawarkan.

