

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian berikut dilaksanakan dengan studi lapangan yakni menyebar kuesioner melalui *Google form* terhadap 110 Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Andalas. Penelitian berikut juga bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh Citra Merek serta *Online Review* terhadap Minat Beli *Smartphone Samsung* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Andalas. Dalam menganalisis keterkaitan antar variabel, penelitian berikut ini menggunakan *software* SPSS versi 25.0.

Sesudah melaksanakan analisis menggunakan SPSS versi 25.0 selanjutnya idapat hasil meliputi :

1. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Citra Merek terhadap Minat Beli *Smartphone Samsung* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Andalas. Hal ini menunjukkan bahwa ketika responden mengetahui Citra Merek, responden lebih memilih Citra Merek *Smartphone* yang bagus. Oleh karena itu semakin baik Citra Merek dari suatu produk maka semakin banyak responden yang akan membeli *Smartphone* tersebut.
2. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Online Review* terhadap Minat beli *Smartphone Samsung* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen

Universitas Andalas. Hal ini menunjukkan bahwa *Online Review* yang mengedukasi dan berkualitas berpengaruh terhadap responden yang akan membeli *Smartphone*. Oleh karena itu semakin mengedukasi dan berkualitas suatu review akan meningkatkan minat beli konsumen.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, terdapat beberapa implikasi diperoleh bagi perusahaan *Smartphone Samsung* dan *Online Reviewer* dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan *smartphone Samsung* dan *Viewer Youtube*.

Kontribusi penelitian berikut ialah membuktikan dimana variabel Citra Merek dan *Online Review* berpengaruh terhadap Minat Beli. Dengan demikian Perusahaan *Smartphone Samsung* dapat pertahankan citra Merek yang baik dalam peningkatan Minat Beli dari konsumen. Bagi *Online Reviewer* dapat mempertahankan konten Review yang mengedukasi dan berkualitas sehingga *viewer* mendapatkan informasi yang kredibel dan dapat menentukan pilihan *Smartphone* yang akan dibeli.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berlandaskan pengalaman peneliti selama melaksanakan penelitian berikut, peneliti memahami bahwa hasil penelitian dari tinjauan ini masi terbatas serta memiliki banyak kendala yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Dengan cara ini, diyakini bahwa lebih banyak pertimbangan dalam diberikan kendala-kendala untuk penelitian berikutnya. Sebagian dari batasan dalam ulasan ini meliputi:

1. Objek Penelitian berikut terbatas hanya Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Andalas yang melihat *review Smartphone Samsung* pada Youtube.
2. Jumlah sampel yang diolah dalam penelitian berikut terbatas yakni hanya berjumlah 110 orang responden, dimana belum menggambarkan seluruhnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Andalas.
3. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian berikut hanyalah Citra Merek serta *Online Review* dimana tidak mampu mengetahui secara seluruhnya hal-hal yang berpengaruh terhadap Minat Beli responden.
4. Waktu yang digunakan dalam pengumpulan maupun pengolahan data penelitian sangat terbatas.

5.4 Saran-saran

1. Untuk Peneliti Selanjutnya

Selanjutnya ialah saran untuk akademisi yang nanti melaksanakan penelitian berikutnya meliputi :

1. Disarankan agar jumlah sampel yang menjadi responden mampu diperbanyak agar hasil pemeriksaan lebih baik lagi.
2. Disarankan untuk memanfaatkan waktu penelitian dalam memberikan penelitian secara memuaskan.
3. Ditetapkan untuk penelitian berikutnya untuk menambahkan faktor-faktor yang signifikan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, saran serta masukan bagi perusahaan mengenai strategi pemasaran, terutama variabel citra merek lebih dominan dikarenakan Citra merek yg baik bisa meningkatkan minat pembelian, serta bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan Citra merek yang bagus dan Online Review sebagai faktor penunjang dalam menarik minat konsumen untuk membeli. Perusahaan dapat memanfaatkan *Online Review* dengan cara bekerjasama dengan *channel Review* produk *smartphone*. Perusahaan dapat meningkatkan Citra Merek dengan memanfaatkan *Reviewer Smartphone* tersebut. dalam mengulas produk atau merek tersebut.

