

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan data mengenai variabel *Brand Trust* (X1) dan Kualitas Produk (X2) dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) Smartphoen Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Maka selanjutnya penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa brand oppo harus terus memberikan citra yang baik agar konsumen dapat terus percaya dan yakin bahwa produk oppo dapat diandalkan dan dapat memenuhi harapan komsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang oppo berikan sudah memenuhi harapan konsumen dan sudah memberikan produk dengan kinerja yang baik pada saat penggunaan.
3. *Brand Trust* dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* oppo. Artinya, dalam hal ini *Brand Trust* dan Kualitas Produk merupakan faktor penting sebelum melakukan keputusan pembelian pada sebuah produk. Apabila nama merek oppo selalu bagus dan terhindar dari masalah, serta kualitas dari *smartphone* oppo terus berkembang dan berinovasi, maka hal tersebut bisa

meningkatkan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian produk tersebut.

5.2 Keterbatasan penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan proses ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan bagi peneliti selanjutnya untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal dan lebih baik. Keterbatasan tersebut sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel *Brand Trust* dan Kualitas Produk saja, sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti faktor lainnya seperti: Harga, Promosi, *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, dan lain-lain.
2. Keterbatasan jumlah sampel atau responden yang hanya 156 responden, tentunya masih kurang menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dan masukan yang bermanfaat bagi Brand Oppo.

1. Saran untuk brand oppo diharapkan dapat terus melakukan strategi untuk peningkatan kepercayaan terhadap merek oppo dengan membangun citra merek yang baik, bisa dengan menggunakan brand ambassador yang kredibel agar dapat meningkatkan citra merek.
2. Saran untuk smartphone oppo diharapkan dapat terus berinovasi dalam produknya dengan peningkatan kualitas kamera, performa baterai, dan fitur-

fitur baru, serta terus memastikan produk yang dipasarkan sudah memenuhi standar kualitas tinggi agar selalu mendapat kepercayaan dari konsumen.

3. Saran untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan faktor lain untuk variabel penelitian seperti: Harga, Promosi, Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth, dan lain-lain.

