

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, gaya hidup, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna *smartphone iPhone* bekas di Kota Bekasi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) yaitu variabel Kualitas Produk, menunjukkan bahwa terbukti memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H2) yaitu variabel Gaya Hidup, menunjukkan bahwa terbukti memiliki nilai yang negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) yaitu variabel Citra Merek, menunjukkan bahwa terbukti memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat (H4) yaitu variabel Harga, menunjukkan bahwa terbukti memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk memiliki nilai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna *Smartphone iPhone* Bekas di Kota Bekasi. Hal ini tentu menjadi pandangan yang baik konsumen terhadap *Apple*, oleh karena itu pihak *Apple* harus mengembangkan variasi yang ada dan terus meningkatkan ide atau temuan yang mampu diterima dan diinginkan oleh pada konsumen guna meraih keunggulan pada era sekarang yang semakin kompetitif.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek memiliki nilai pengaruh signifikan yang tinggi terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna *Smartphone iPhone* Bekas di Kota Bekasi. Hal itu tentu menjadi perhatian bagi pihak *Apple*, oleh karena itu pihak *Apple* sebaiknya harus tetap menjaga keunggulan yang mereka miliki untuk mempertahankan pelanggan sehingga melakukan pembelian ulang.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan perbandingan untuk melaksanakan penelitian berikutnya dan menggunakan variabel lain diluar penelitian ini dengan metode analisis yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang bervariatif sehingga memberi daya tarik dan menyempurnakan hasil penelitian ini.