

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap Pengaruh Citra Merek (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Smartphone* Samsung di Kota Bekasi Utara. Maka dari itu dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kota Bekasi Utara. Hal ini dapat disimpulkan bahwa produk dengan Citra Merek yang baik menanamkan rasa aman dan pemikiran positif kepada masyarakat tentang produk tersebut. Dan kemudian ingin memperkuat keputusan pembelian mereka terhadap produk ini, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian membuktikan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kota Bekasi Utara. Hal ini dapat disimpulkan bahwa produk dengan Harga cenderung tidak menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan produk, melainkan karena konsumen lebih mengutamakan aspek lain seperti Citra Merek dan Kualitas Produk.

3. Berdasarkan dari hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kota Bekasi Utara. Hal ini dapat disimpulkan bahwa produk dengan Kualitas Produk yang baik memberikan jaminan manfaat dan kepuasan kepada masyarakat tentang produk Samsung dan kemudian ingin memperkuat keputusan pembelian mereka terhadap produk ini, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pembelian.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Samsung di Kota Bekasi Utara. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Citra Merek yang positif di masyarakat dapat membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan preferensi terhadap produk sehingga meningkatkan minat beli. Hal ini diikuti dengan harga yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan oleh produk menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih produk. Selain itu, kualitas produk yang baik memberikan jaminan manfaat dan kepuasan kepada konsumen yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas terhadap keputusan pembelian.

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 yang maksimal dan lebih baik. Adapun kriteria keterbatasan sebagai berikut :

1. Pengumpulan data yang diperoleh penelitian ini hanyalah berdasar pada instrumen kuesioner yang mengandalkan persepsi responden melalui Google Form yang disebarakan secara online. Dan tidak disertai dengan wawancara untuk menyakinkan dan memperkuat informasi penelitian.
2. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 126 responden di Kota Bekasi. Hasil penelitian tentunya masih kurang menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Penelitian ini hanya mengkaji tiga faktor yaitu citra merek, harga dan kualitas produk. Adapun faktor lain juga bisa mempengaruhi keputusan pembelian seperti promosi, inovasi produk dan faktor-faktor lainnya. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum sepenuhnya menggambarkan seluruh faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

5.3 Saran

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Namun peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, di antaranya :

1. Bagi Perusahaan Samsung
 - a. Samsung perlu terus memperkuat citra mereknya melalui iklan yang menarik dan kreatif. Perusahaan juga dapat terlibat dalam kegiatan sosial dan mendukung acara besar untuk meningkatkan kepercayaan dan minat

konsumen terhadap produknya. Membuat slogan atau pesan yang mudah diingat juga bisa membantu menarik perhatian konsumen.

- b. Meskipun harga tidak terlalu memengaruhi keputusan pembelian, Samsung tetap disarankan menawarkan produk dengan harga yang bersaing. Menyediakan pilihan smartphone dengan harga yang lebih terjangkau tetapi tetap berkualitas tinggi dapat menjangkau lebih banyak konsumen.
- c. Samsung perlu terus mengembangkan produk berkualitas dengan teknologi terbaru, desain yang menarik, dan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, memberikan garansi yang lebih lama dan layanan perbaikan yang mudah diakses dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan, pemahaman mengenai Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Dan menambahkan variabel lain yang belum diuji dipenelitian ini.