

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hipotesis, hasil dari pengolahan data dan pembahasan, maka didapat kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Testimoni tidak memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat beli smartphone Infinix. faktor lain seperti Desain produk dan harga lebih signifikan dikarenakan konsumen jarang melihat testimoni atau konsumen yang sudah tau akan brand smartphone tersebut..
2. Desain produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen yang menarik dan fungsional menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk. Unsur seperti bentuk, fitur, dan mutu yang tinggi mampu menciptakan diferensiasi produk dibandingkan dengan pesaing. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang memberikan daya tarik visual sekaligus memenuhi kebutuhan mereka.
3. Harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen yang Penawaran harga yang menarik juga meningkatkan daya saing produk di pasar, sehingga mendorong konsumen untuk memilih smartphone Infinix.
4. Secara simultan, testimoni, desain produk, dan harga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Kombinasi dari ketiga variabel ini

menciptakan sinergi yang mampu mendorong minat beli secara lebih efektif dibandingkan pengaruh masing-masing variabel secara terpisah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang berpotensi memengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan tersebut meliputi hal-hal berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Perumahan Griya Asri 2, Kabupaten Bekasi. Hal ini menyebabkan hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi ke wilayah lain dengan karakteristik yang berbeda.
2. Penelitian hanya memfokuskan pada empat variabel independen, yaitu testimoni, desain produk, harga, dan juga minat beli dalam memengaruhi minat beli. Variabel lain yang mungkin turut memengaruhi, seperti promosi atau layanan purna jual, tidak dianalisis dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kualitas layanan, kepercayaan konsumen, atau strategi promosi, agar hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat beli.

2. Brand disarankan untuk terus berinovasi dalam desain produk, baik dari segi estetika maupun fungsionalitas, agar mampu menarik perhatian konsumen yang mengutamakan nilai visual dan performa produk.
3. Menjaga harga yang kompetitif sambil tetap menawarkan spesifikasi unggulan akan menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Memberikan diskon atau promosi pada momen tertentu juga dapat meningkatkan penjualan.
4. Brand dapat menciptakan program loyalitas pelanggan atau menawarkan fitur layanan purna jual yang menarik untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan citra merek.

