

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan yaitu suatu temuan pokok yang bersifat substansial atau teknis serta dikemukakan sebagai suatu implikasi dari hasil suatu pembahasan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, peneliti menarik beberapa simpulan yang merupakan temuan penting dalam penelitian ini. Berikut simpulan dari penelitian ini:

1. Hasil penelitian deskriptif menunjukkan bahwa gambaran variabel yang tertinggi tentang atribut produk, citra merek dan keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yakni citra merek dilanjutkan dengan atribut produk dan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari rata-rata variabel yang termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai citra merek 3,96, atribut produk 3,93, dan keputusan pembelian 3,77.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel atribut produk mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $5,874 > t_{tabel}$ sebesar 1,654 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $< 0,05$ maka atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta hasil analisis regresi berganda sebesar 62,2%.
3. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki hasil t_{hitung} $5,605 > t_{tabel}$ yaitu 1,654 dengan hasil signifikansi yaitu 0,000 atau $< 0,05$ maka citra merek berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian serta hasil analisis regresi berganda sebesar 68,9%

4. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa atribut produk dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi dengan hasil signifikansi 0,000 dengan f_{hitung} sebesar 117,183, sehingga semakin tinggi atribut produk dan citra merek akan mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tergolong variabel yang tertinggi serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung. Citra merek *smartphone* xiaomi tergolong yang mudah untuk dikenal dan diingat oleh konsumen, *smartphone* xiaomi juga memiliki kekuatan merek yang dapat membuat para konsumen bisa dapat mengenali secara langsung produk tersebut serta *smartphone* xiaomi bagi para mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung memang cocok untuk bermain game. Selain itu, *smartphone* xiaomi ini memiliki keunikan dari mereknya yakni sangat lah menarik serta memiliki keunggulan mereknya sendiri. Oleh karena itu, setiap produk merek pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, maka

dari itu *smartphone* xiaomi harus bisa meningkatkan sistem androidnya sesuai dengan perkembangan zaman yang ada serta dapat beralih kesistem yang canggih lagi seperti sistem IOS yang ada pada iphone, tetap menawarkan produknya dengan harga yang terjangkau dan tetap bisa bersaing di pasaran. Selain itu citra merek yang ditanamkan pada produknya juga harus memiliki ciri khasnya sendiri serta dapat membedakan produknya dengan produk yang lain agar mudah untuk dikenal dan diingat oleh para konsumen khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

- b. Berdasarkan hasil penelitian bahwa atribut produk tergolong variabel tertinggi setelah citra merek serta berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung. Hal ini menunjukkan semakin bagus atribut produk *smartphone* xiaomi maka tingkat pembelian terhadap *smartphone* xiaomi akan tinggi. Di mana seharusnya atribut produk yang ada pada *smartphone* xiaomi perlu untuk lebih ditingkatkan agar pangsa pasar produk tersebut dapat semakin banyak. Dari segi kualitas produk sudah bagus yang mana spesifikasinya juga sesuai dengan keinginan konsumen dan perlu dilakukan penambahan agar prosesor dari *smartphone* xiaomi lebih semakin bagus lagi serta spesifikasinya dapat setara dengan laptop, untuk fitur-fitur yang diberikan sudah canggih dan harus ditingkatkan lagi agar produk dapat berkembang dengan baik serta iklan-iklan pada

aplikasi yang ada dapat untuk dikurangi karena sedikit mengganggu jalannya pengoperasian aplikasi bagi para konsumen. *Smartphone* xiaomi juga seharusnya melengkapi produknya dengan adanya *headset* (kabel pendengar suara) agar kualitas dari *smartphone* xiaomi bisa bersaing lagi dengan produk yang lain sehingga para konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ataupun melakukan pembelian kembali.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian bisa dilakukan lagi menggunakan objek yang harus berbeda serta juga menggunakan butir pertanyaan yang berbeda pula pada kuesionernya. Pada penelitian berikutnya bisa digunakan untuk referensi dalam melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan atribut produk, citra merek dan keputusan pembelian karena R^2 pada penelitian ini sebesar 59,1% serta masih bersisa 40,9% variabel lain di luar penelitian ini yang masih bisa dikembangkan untuk penelitian, seperti variabel harga, kepuasan konsumen, minat beli serta yang lainnya yang bisa membuat penelitian menjadi lebih baik lagi. Peneliti juga menyarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan penelitian kualitatif agar masalah yang diteliti lebih fokus.