

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Vivo di SPC Oesapa Kota Kupang, maka didapatkan simpulan bahwa:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa uji hipotesis pertama citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada smartphone vivo di SPC Oesapa Kota Kupang.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa uji hipotesis kedua ada pengaruh yaitu harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada smartphone vivo di SPC Oesapa Kota Kupang.

5.2 Implikasi Teoritis

Berikut ini dijelaskan implikasi teoritis dalam penelitian ini berdasarkan kerangka dasar penelitian ini.

Menurut Waluya et al (2019:177) Citra merek merupakan salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga bila pemahaman konsumen akan suatu merek, hal ini akan mendukung seorang konsumen untuk melakukan proses keputusan pembelian, dan setelah proses pembelian ini konsumen mendapatkan apa yang diharapkan dari suatu produk dengan merek tersebut, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan dikemudian harinya yang dapat mendorong untuk mendapatkan proses keputusan pembelian

ulang produk dengan merek tersebut. Hasil penelitian saya mendukung teori Waluya et al (2019:177), dan memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fristiana (2016:1-9), yang mengatakan bahwa citra merek terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2012:151), Harga memiliki fungsi dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya serta harga konsumen dapat membidik konsumen mengenai faktor faktor produk, seperti kualitas, konsumen akan membeli produk jika bermerek dan jika harganya dipandang layak oleh mereka. Hasil penelitian saya mendukung teori Tjiptono (2012:151), dan memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purba (2019:273), yang mengatakan bahwa harga berpengaruh positif dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan kesimpulan dari hasil yang diperoleh, maka hal-hal yang perlu dipertimbangkan dan menjadi saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
 - a. Smartphone vivo di SPC Oesapa Kota Kupang harus memper tahankan citra merek yang sudah baik di mata konsumen. Kemudian meningkatkan desain varian baru yang lebih menarik agar tercipta kesan yang lebih menarik di mata konsumen.

- b. Smartphone vivo di SPC Oesapa Kota Kupang harus memberikan harga yang terbaik untuk konsumen dengan menetapkan harga yang sebanding dengan manfaat yang diberikan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memasukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian agar hasil penelitian selanjutnya lebih maksimal.