BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan sebelumnya maka dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek panasonic di Kota Kupang.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek panasonic di Kota Kupang.

Artinya dalam hal ini jika semakin tinggi nilai positif yang ditimbulkan oleh kualitas produk maka akan semakin tinggi juga nilai keputusan pembelian atau orang yang memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Begitupun dengan citra merek jika semakin tinggi nilai yang positif yang diberikan oleh citra merek maka akan semakin tinggi pula nilai keputusan pembelian yang dihasilkan.

5.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi empiris yang menjelaskan pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat menjadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Maka Implikasi Teoritis dalam penelitian ini adalah.

- a. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek panasonik di Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang di sampaikan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (*Marketing Management*), kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Artinya setiap kenaikan nilai dari kualitas produk maka keputusan pembelian konsumen juga akan mengalami peningkatan itu dikarenakan oleh kualitas produk yang tinggi sehingga mempengaruhi seseorang dalam memutuskan keputusan pembelian.
- b. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek panasonik di Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang di sampaikan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. Citra merek yang baik dan positif membantu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
- c. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis bahwa variabel kualitas produk dan citra merek bersama- berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek panasonik di Kota Kupang.

Berdasarkan teori dan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan kualitas produk membantu menarik minat konsumen pada produk yang tawarkan, sehingga konsumen lebih tertarik

melakukan pembelian pada produk tersebut. Adanya citra merek yang baik di mata masyarakat membuat konsumen menjadi lebih percaya dengan kualitas dan keunggulan dari produk yang diminati yang nantinya akan mengarah pada keputusan pembelian, serta dengan adanya kemudahan transaksi membuat konsumen menjadi lebih percaya dan merasa puas saat melakukan keputusan pembelian produk merek panasonic. Oleh karena itu kedua variabel tersebut memiliki dampak untuk terciptanya keputusan pembelian.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut :

- a. Variabel kualitas produk pada produk merek panasonik berada dikategori baik dan indikator yang rendah yaitu pada pernyataan yang kedua yakni Saya sudah lama menggunakan produk panasonik dan saya merasa fitur-fitur yang disematkan pada produk panasonik membuat saya sangat terkesan, dengan nilai indeks 70,62 hal ini membuktikan bahwa dalam penggunaannya tidak semua konsumen merasa puas dengan fitur-fitur yang disematkan pada setiap produk panasonik yang merek miliki oleh karena itu disarankan bagi panasonnik agar lebih memperhatikan lagi apa yang diinginkan konnsumen sehingga panasonik membuat suatu fitur itu bisa sesuai dimata konsumen sehingga mereka bisa lebih puas lagi.
- b. Variabel citra merek pada produk panasonik berada dikategori baik dan indikator yang rendah yaitu pada pernyataan keempat yakni Saya merasa bahwa panasonik itu sangat relevandengan kebutuhan saya saat ini,produk-

produknya yang dirancang untuk hemat energi sangat efisien untuk kebutuhan sehari-hari. dengan nilai indeks 73,75 hal ini membuktikan bahwa sebagian dari konsumen yang menggunakan produk merek panasonik itu tidak semuanya merasa bahwa produk panasonik itu hemat energi, oleh karena itu disarankan bagi panasonik agar lebih diperhatikan lagi dalam hal inovasi dan desain produk agar nanti disaat disaat konsumen memilih produk tersebut maka itu sesuai dengan apa yang dia inginkan.

- c. Variabel keputusan pembelian pada produk merek panasonik berada dalam kategori baik dan indikator yang rendah yaitu pada pernyataan pertama yakni. Ketika saya mencari barang elektronik untuk keperluan rumah saya memilih panasonik karena merek ini sudah di kenal lama dengan kualitasnya dengan nilai indeks sebesar 73,84. dalam hal ini maka dapat membuktikan bahwa dari semua konsumen yang menggunakan produk merek panasonik itu tidak semua konsumen memilih untuk membeli produk karena mempunyai nama yang terkenal serta tidak semua konsumen memilih membeli produk karena mempunyai reputasi oleh karena itu disarankan bagi panasonik agar lebih memperhatikan lagi untuk hal reputasi nama merek dan lebih banyak memperkenalkan merek panasonik lagi di mata masyarakat agar konsumen yang nantinya ingin memutuskan untuk membeli suatu produk itu ia sudah memiliki gambaran bahwa panasonik adalah pilihan terbaik yang harus dia pilih.

Saran bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar meneliti lebih jauh lagi pada variabel kualitas produk beserta indikatornya, hal ini dikarenakan rata-rata indeks

pada variabel kualitas produk lebih rendah dari variabel lainnya beserta dalam rata-rata indek pada beberapa indikator itu masih tergolong rendah dibanding rata-rata indek pada indikator lainnya.