

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di Kota Kupang.
- b. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di Kota Kupang.
- c. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di Kota Kupang.

5.2 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung teori ahli menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa citra merek memiliki keterkaitan dengan keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gus A. Nandi dan Amron (2024).

Hasil penelitian ini juga mendukung teori ahli menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa dalam kondisi tertentu, harga bukan merupakan faktor utama yang menentukan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini

sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhamad R. Adrian, Rosali S. Colia (2022).

Kemudian, hasil penelitian ini juga mendukung teori menurut Tjiptono (2018), bahwa konsumen akan berminat membeli produk yang memberikan kualitas terbaik sehingga mampu mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gus A. Nandi dan Amron (2024).

5.3 Implikasi Terapan

Dengan diketahui bahwa nilai indeks variabel citra merek terendah terdapat pada pernyataan smartphone samsung menawarkan pengalaman berbeda dibandingkan merek lain dengan nilai 73,5. Hal ini menggambarkan bahwa konsumen belum merasakan keunikan yang membedakan samsung dari merek pesain. Oleh karena itu perusahaan perlu memberikan perhatian lebih terhadap pengalaman pengguna agar konsumen memiliki alasan kuat untuk memilih dan tetap loyal terhadap merek samsung.

Diketahui bahwa nilai indeks variabel harga terendah terdapat pada pernyataan saya merasa harga smartphone samsung sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan dengan nilai 73,0. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian konsumen belum sepenuhnya merasakan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, perlu untuk mengadakan program bundling manfaat pembelian seperti gratis tempered glass original dan bonus wireless earphone atau softcase premium

Diketahui bahwa nilai indeks variabel kualitas produk terendah terdapat pada pernyataan smartphone samsung memberikan kesan produk berkualitas tinggi dengan nilai 70,1. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun samsung masih dikenal berkualitas, namun konsumen belum sepenuhnya yakin akan ketahanan samsung terutama pada seri tertentu. Oleh karena itu perlu menyediakan fasilitas uji ketahanan seperti ketahanan layar anti gores, sistem tracking service secara digital

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa citra merek, dan kaulitas produk berpengaruh signifikan sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya, untuk memperdalam kajian terhadap ketiga variabel tersebut, dengan mempertimbangkan penggunaan pendekatan metode yang berbeda, objek atau lokasi yang lebih luas, serta menggunakan indikator lain dari masing-masing variabel dengan pernyataan-pernyataan yang sesuai.