

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan landasan teori dan disertai dengan hasil penelitian yang telah di bahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone oppo di kota kupang
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone oppo dikota kupang.

#### **1.2 Implikasi Teoritis,**

- a. Menurut Helman Rowman, dan Wright (2000), Menyebutkan bahwa seseorang akan melalui tiga tahap proses sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu merek. Tiga tahap proses itu antara lain, mengumpulkan informasi, mencari merek, menggabungkan informasi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa benar citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota kupang, sehingga penelitian ini mendukung teori Helman, Rowman, dan Wright (2000).

Menurut Tjipto (2008), keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian

mengarah kepada keputusan pembelian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa benar kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota kupang, sehingga penelitian ini mendukung teori Tjipto (2008).

- b. Hasil penelitian ini sejalan dengan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marghie Mesthia Makaleuw, Jacky S. B. Sumarauw, dan Imelda W. J. Ogi (2018) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo pada PT. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado. Berdasarkan hasil penelitian saya dengan hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa terdapat kesamaan pada hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menurut teori Marghie Mesthia Makaleuw, Jacky S. B. Sumarauw, dan Imelda W. J. Ogi (2018).

### **5.3 Implikasi Terapan**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil yang diperoleh maka saran yang ini dapat menjadi bahan masukan yaitu:

1. Bagi perusahaan dari asil penelitian menunjukkan bawa lebi banyak anak sekola yang masi usia sekola yang lebi dominan menggunkan andpone oppo maka di arapkan bagi perusaaan agar mempertahankan atau menetapkan arga andpone oppo yang dapat dijangkau ole anak anak usia sekola dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk oppo, maka perusahaan dapat memperoleh laba yang maksimal. Adapun yang harus

dilakukan yaitu dengan meningkatkan mutu dan kualitas produk yang menarik sekaligus menggambarkan kualitas produk yang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dengan begitu produk yang dibuat oleh suatu perusahaan akan memiliki citra di hati konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian masing-masing indikator dari 2 variabel terdapat nilai yang terendah ada pada variabel citra merek (X1) dengan nilai rata-rata keseluruhan yang diperoleh sebesar 38,72 dengan kategori rendah.

2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variable lainnya yang tidak di teliti oleh penulis, seperti harga, variasi produk, kualitas pelayanan inovasi produk, promosi, dan lainnya.