BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa Citra merek (*Brand image*) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* Oppo di *Cellular World* Kota Kupang.
2. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian *smartphone* Oppo di *Cellular World* Kota Kupang.
3. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* Oppo di *Cellular World* Kota Kupang.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi bukti empiris yang menjelaskan bahwa pengaruh citra merek (*brand image*), harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian *smartphone* oppo di *Cellular World* Kota Kupang, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat

dijadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel citra merek (*brand image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* oppo di *Cellular World* Kota Kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsumarlin & Zaini (2023) dengan judul pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap Keputusan pembelian smartphone vivo (studi pada masyarakat kecematan Bontang Selatan yang menggunakan *smartphone* merek vivo). Menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, sedangkan harga dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa uji yang dilakukan sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Firmansyah (2019:60) yang mengatakan bahwa citra merek (*brand image*) adalah persepsi atau gambaran yang terbentuk dalam benak konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, informasi, dan kesan yang dimiliki. Semakin positif persepsi tersebut, semakin kuat citra merek yang dimiliki, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian. Salah satu fokus utama bagi *Cellular World* adalah tetap mempertahankan dan meningkatkan citra merek Oppo dengan menampilkan produk Oppo secara lebih menarik pada area *display*, memberikan informasi produk

yang lengkap kepada konsumen, serta melakukan promosi yang menonjolkan keunggulan merek Oppo.

2. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* oppo di *Cellular World* Kota Kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosyadi & Istiyanto, (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Pada Pengguna Smartphone Xiaomi Di Kampus Ekonomi Surakarta). Menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan Citra Merek dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa uji yang dilakukan sejalan dengan teori menurut Kotler & Amstrong, (2018:46) yang mengatakan bahwa Harga adalah sejumlah sejumlah uang yang dibebankan atas sebuah barang atapaun jasa yang diberikan. Harga juga merupakan jumlah dari setiap nilai yang dikeluarkan oleh konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan ataupun menggunakan suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu unsur bauran pemasaran yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Cellular World* Kota Kupang perlu menetapkan harga yang tetap kompetitif sesuai dengan kualitas dan manfaat smartphone Oppo yang ditawarkan.

3. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* oppo di *Cellular World* Kota Kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosyadi & Istiyanto, (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Pada Pengguna Smartphone Xiaomi Di Kampus Ekonomi Surakarta). Menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan Citra Merek dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa uji yang dilakukan sejalan dengan teori menurut Lupiyoadi (2015:175) yang mengatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk mampu memenuhi spesifikasi, standar, serta persyaratan yang telah ditetapkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka Keputusan pembelian akan semakin meningkat. Salah satu fokus utama bagi *Cellular World* adalah terus menjaga kualitas produk yang dipasarkan dengan memastikan seluruh smartphone Oppo yang dijual merupakan produk asli (*original*), bergaransi resmi, dan memiliki spesifikasi sesuai dengan informasi yang diberikan kepada konsumen.

5.2.2 Implikasi Terapan

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

1. **Citra Merek (*Brand Image*)**

   Berdasarkan hasil analisis pendahuluan, seluruh indikator variabel citra merek berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek *smartphone* Oppo di *Cellular World* Kota Kupang telah dinilai baik oleh konsumen. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, *Cellular World* Kota Kupang perlu terus meningkatkan citra merek Oppo melalui penyampaian informasi produk yang jelas, kegiatan promosi yang menarik, serta pelayanan yang baik kepada konsumen. Dengan meningkatkan citra merek, konsumen diharapkan semakin mengenal, percaya, dan yakin untuk memilih smartphone Oppo.

2. **Harga**

   Berdasarkan hasil analisis pendahuluan, seluruh indikator variabel harga berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap harga *smartphone* Oppo yang ditawarkan di *Cellular World* Kota Kupang. Meskipun harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi pihak *Cellular World* Kota Kupang tetap perlu menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas serta manfaat produk yang

ditawarkan. Selain itu, informasi mengenai harga, promo, potongan harga, dan kemudahan pembayaran perlu disampaikan secara jelas kepada konsumen. Meskipun harga tidak menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan, penetapan harga yang sesuai tetap penting untuk memberikan nilai yang baik kepada konsumen.

3. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil analisis pendahuluan, seluruh indikator variabel kualitas produk berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas smartphone Oppo di Cellular World Kota Kupang. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Cellular World Kota Kupang perlu terus meningkatkan kualitas smartphone Oppo, baik dari segi fitur, kinerja, daya tahan, kamera, baterai, penyimpanan, maupun manfaat yang diberikan. Informasi mengenai spesifikasi dan keunggulan produk juga perlu disampaikan dengan jelas agar konsumen dapat mengetahui dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan mereka.

4. Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pendahuluan, seluruh indikator variabel keputusan pembelian berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki penilaian yang baik dalam melakukan keputusan pembelian smartphone Oppo di Cellular World Kota Kupang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Oleh karena itu, Cellular World Kota Kupang perlu memberikan pelayanan yang baik, informasi produk yang jelas, serta membantu konsumen dalam memilih smartphone yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan meningkatkan pelayanan dan memberikan informasi yang tepat, konsumen diharapkan semakin yakin dan nyaman dalam melakukan keputusan pembelian smartphone Oppo.

5. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti promosi, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, atau gaya hidup. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah responden yang lebih luas agar hasil penelitian dapat lebih beragam.