



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil dari pengolahan data pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Kelapa gading adalah sebagai berikut :

1. Kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika harga yang diterapkan sesuai maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti meningkatnya kualitas produk, maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.
3. Citra merek berpengaruh positif dan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti dengan meningkatnya citra merek, maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Xiaomi
 - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kesesuaian harga, kualitas produk, dan citra merek. Maka dari itu dalam upaya menciptakan keputusan pembelian konsumen harus diiringi



dengan kesesuaian harga, peningkatan kualitas produk, dan peningkatan citra merek.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- b. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kesesuaian harga dan kualitas produk berada pada kisaran setuju, yang berarti konsumen *Smartphone* Xiaomi sudah merasakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Xiaomi sudah sesuai dengan harapan mereka, kualitas produk nya pun juga sudah dianggap sesuai dengan kisaran harga yang ditawarkan. Namun untuk citra merek dan keputusan pembelian berada pada kisaran netral dan perlu ditingkatkan untuk menciptakan keputusan pembelian oleh konsumen. Xiaomi diharapkan dapat mempertahankan kesesuaian harga dan kualitas produknya dan meningkatkan citra merek untuk mencapai keputusan pembelian oleh konsumen.
- c. Xiaomi memang sebuah merek yang memproduksi *Smartphone* dengan budget murah dengan target pasar kelas menengah kebawah, namun bukan berarti aspek pemasaran dan layanan boleh diabaikan, Xiaomi juga baiknya menggunakan media iklan untuk memasarkan produknya sehingga pasar Xiaomi dapat lebih luas. Disamping itu peningkatan layanan juga perlu contohnya dengan membuka service centre resmi sehingga dapat meningkatkan citra merek Xiaomi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel kualitas layanan untuk mengetahui tingkat layanan yang diberikan oleh Xiaomi contohnya *service*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



centre dan garansi, sehingga penelitian dapat menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

- b. Item pertanyaan pada indikator Keputusan Pembelian *Purchase Frequency* kurang sesuai, diharapkan pada penelitian berikutnya dapat digunakan item pertanyaan yang lebih sesuai dengan indikator seperti “seberapa sering saya akan membeli produk *smartphone* keluaran Xiaomi?”

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.