



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil dari pengolahan data pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Smartphone* Xiaomi sebagai berikut :

1. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* xiaomi.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* xiaomi.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* xiaomi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan berikut, maka terdapat beberapa hal yang disarankan oleh penulis sebagai berikut :

1. Harga produk yang ditentukan oleh *Smartphone* Xiaomi rata-rata sudah sesuai dengan apa yang diberikan tetapi dengan lebih banyaknya kompetitor sekarang membuat persepsi dimasyarakat harga xiaomi tidak begitu murah dibanding kompetitor *smartphone* lain yaitu vivo, oppo, dan kompetitor yang cukup baru adalah infinix, Karena konsumen *smartphone* xiaomi tergolong di semua usia, salah satunya adalah pelajar dan mahasiswa, sehingga diharapkan agar harga yang lebih kompetitif dari kompetitor menjadi keinginan konsumen golongan tersebut.



2. Kualitas produk yang diberikan kepada konsumen *smartphone* xiaomi sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para konsumen, sebagai produk *smartphone* xiaomi yang dikenal perusahaan teknologi dengan berbagai perangkat cerdas dan internet of things (IoT) untuk mendukung gaya hidup, Xiaomi harus mempertahankan kualitas produk seperti manajemen operasional yang harus terus dijaga dengan baik, mempertahankan pelayanan yang disukai konsumen seperti ramah dan cepat merespon keluhan atau keinginan konsumen, dan terus melakukan inovasi baru melalui sistem dan produk *smartphone*.

Citra merek xiaomi suatu merek yang memproduksi *smartphone* dengan budget murah dengan target pasar kelas menengah kebawah, namun bukan berarti aspek pemasaran dan layanan dapat diabaikan, xiaomi juga baiknya menggunakan media iklan untuk memasarkan produknya sehingga pasar xiaomi dapat lebih luas lagi. Selain itu peningkatan layanan juga contohnya dengan membuka lebih banyak *service center* resmi sehingga dapat meningkatkan citra merek xiaomi.

4. Bagi penelitian selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel kualitas layanan yang diberikan xiaomi contohnya *service centre* dan garansi, sehingga dapat menghasilkan penelitiannya yang lebih baik. Dan untuk penelitian selanjutnya minimal dari jumlah pertanyaan dikali 5 untuk menentukan banyaknya jumlah responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.