

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan berikut tentang bagaimana gaya hidup mempengaruhi pembelian *smartphone* diambil dari penelitian yang telah diteliti dan perdebatan tentang pembelian *smartphone* menggunakan pendekatan SEM-PLS melalui SmartPLS. Hal ini menunjukkan dampak positif gaya hidup terhadap pilihan pembelian. Dengan demikian, gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi *smartphone* yang mereka beli. Pembelian *smartphone* tidak akan berubah jika tidak dimotivasi oleh gaya hidup.

Pada *smartphone*, persepsi merek atau citra merek mempengaruhi keputusan pembelian. Ini menunjukkan bagaimana citra merek memengaruhi pilihan pembelian konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa reputasi merek yang lebih kuat akan menumbuhkan kepercayaan konsumen yang lebih besar saat melakukan pembelian *smartphone*. Namun, jika gambar tersebut tidak menarik dan membingungkan, konsumen dapat memutuskan untuk tidak membeli *smartphone*.

Pada *smartphone*, desain produk memengaruhi pilihan pembelian. Ini menunjukkan bagaimana desain produk memengaruhi pilihan pembelian konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa desain produk yang lebih baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen saat membeli *smartphone*. Namun, pilihan pembelian ponsel cerdas dapat dikurangi dengan desain yang jelek.

Keputusan pembelian *smartphone* secara langsung dipengaruhi oleh gaya hidup, citra merek, dan desain perangkat. Ini menunjukkan bagaimana keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup, citra merek, dan desain produk. Hal ini menandakan bahwa seiring dengan meningkatnya kualitas *lifestyle*, *brand image*, dan desain produk yang ditawarkan, pembeli akan meningkatkan pembeliannya agar selalu menggunakan ponsel terbaru.

V.2 Saran

Terdapat rekomendasi bagi perusahaan berdasarkan hasil pembahasan temuan dalam penelitian ini diantaranya berikut yaitu Produk *smartphone* harus

selalu untuk mempertahankan produk yang ditawarkan kepada konsumen agar dapat meningkatkan gaya hidup kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian *smartphone*. Namun diharapkan kepada perusahaan produk *handphone* selalu meningkatkan produk dan kualitasnya agar dapat meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan. Hasil penelitian ini agar bisa menjadi masukan kepada perusahaan agar terus mengadakan perkembangan teknologi di masa yang akan datang.

Produk *smartphone* harus selalu untuk mempertahankan citra merek karena ketika masyarakat sudah menyukai satu produk maka bisa dilakukan dengan cara *word of mouth* dan ini akan menjadi penambahan pembelian pada suatu brand jika memberikan produk yang berkualitas. Hasil penelitian ini menjadi catatan kepada perusahaan agar menciptakan suatu type *handphone* yang mudah diingat dikalangan masyarakat.

Produk *smartphone* harus selalu melakukan perkembangan dalam desain dari tahun ke tahunnya agar masyarakat yang ingin melakukan pembelian terhadap suatu brand memiliki ketertarikan atas desain produk yang ditawarkan kepada masyarakat itu sendiri. Hasil penelitian menjadi catatan kepada perusahaan produk *smartphone* ketika sudah menetapkan harga penjualan, maka harga yang sudah ditetapkan harus mempertahankan kualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan. Dengan begitu masyarakat tidak akan kecewa atas harga *smartphone* yang telah dibayarkan.

Produk *smartphone* harus kerap menjaga sekaligus meningkatkan suatu rancangan agar meningkatnya pembelian pada produk *smartphone*. Hasil penelitian ini menjadi catatan perusahaan agar perusahaan dapat melakukan kerja sama dengan lembaga pembiayaan dengan menawarkan cicilan atau pembayaran secara kredit. Hal tersebut tentu dapat meningkatkan pembelian *smartphone* apabila proses pengajuan kredit cepat serta mudah didapatkan oleh konsumen.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan akan dapat memasukkan dan menggunakan lebih banyak variabel termasuk kualitas produk, harga, dari mulut ke mulut, dan lain-lain. Selain itu, peneliti tambahan dapat memperluas fokus penelitian dan menambah jumlah responden untuk lebih memahami dampak kepuasan pelanggan.