

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan evaluasi data yang telah dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS4, serta pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya mengenai Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta Selatan), peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di kalangan mahasiswa di Jakarta Selatan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap citra merek Samsung berperan penting dalam memengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk tersebut. Mahasiswa mempertimbangkan bagaimana citra merek tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung pada mahasiswa di Jakarta selatan.

Selanjutnya analisis data menunjukkan bahwa *lifestyle* memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di kalangan mahasiswa di Jakarta Selatan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pola hidup mahasiswa, termasuk preferensi dan kebutuhan mereka, berpengaruh pada keputusan mereka untuk membeli produk tersebut. Mahasiswa memilih produk yang sesuai dengan *lifestyle* mereka, dan hal ini memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung pada mahasiswa di Jakarta selatan.

Hasil analisis yang terakhir menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di kalangan mahasiswa di Jakarta Selatan. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa mahasiswa sangat memperhatikan kualitas produk sebelum mereka memutuskan untuk membeli Smartphone Samsung. Oleh karena itu, kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung pada mahasiswa di Jakarta selatan.

V.2 Keterbatasan

1. Penelitian ini terbatas pada responden dengan mayoritas usia antara 17 hingga 24 tahun dan mayoritas S1 sehingga tidak mencakup secara merata berbagai kelompok usia serta tingkat pendidikan. Oleh karena itu, data yang diperoleh mungkin tidak mencerminkan situasi yang lebih luas dengan baik.
2. Salah satu keterbatasan penelitian ini terletak pada distribusi responden yang tidak merata di seluruh kecamatan Jakarta Selatan. Meskipun menggunakan metode purposive sampling, mayoritas responden terkonsentrasi di Kecamatan Cilandak, mencapai 32% dari total sampel. Sebagai hasilnya, hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan variasi karakteristik konsumen di setiap kecamatan.

V.3 Saran

Dalam upaya untuk memajukan pengetahuan di bidang ini serta memberikan rekomendasi secara teoritis dan praktis, serta demi meningkatkan kualitas penelitian ini dan memberikan panduan yang bermanfaat bagi perusahaan serta peneliti di masa yang akan datang, berikut adalah rekomendasi yang mencakup saran-saran yang ditujukan kepada perusahaan dan untuk penelitian yang akan datang.

1. Saran Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan studi yang melibatkan penelitian yang menyeluruh. dengan menggabungkan faktor-faktor pengaruh yang beragam terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di kalangan mahasiswa di Jakarta Selatan. Studi ini dapat mencakup faktor-faktor seperti *Brand Image*, *Lifestyle*, harga, promosi, faktor psikologis, dan juga tren dalam industri Smartphone. Pendekatan ini akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang perilaku konsumen di pasar Smartphone dan bagaimana variabel-variabel

ini saling berinteraksi untuk membentuk keputusan pembelian. Selain itu untuk peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan variabel lain selain variabel yang penulis gunakan, seperti media promosi offline, media promosi digital, event marketing dan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Saran Praktis

- a. Saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar alokasi sampel lebih merata di setiap kecamatan di Jakarta Selatan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengambil jumlah responden yang seimbang dari masing-masing kecamatan, sehingga mencerminkan keragaman karakteristik konsumen di seluruh wilayah tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian akan lebih mewakili dan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif terhadap pengaruh brand image, lifestyle, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone di Jakarta Selatan
- b. Perusahaan-perusahaan dalam industri Smartphone agar mempertahankan fokus pemasaran terhadap lifestyle, Kualitas Produk, dan *Brand Image*.