

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis melalui analisis *partial least squares* (PLS) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai *electronic word of mouth*, citra merek, kualitas produk, dan kelompok acuan terhadap minat beli pada pengunjung *Mall Bekasi Cyber Park* dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Electronic Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen *smartphone* Samsung pada *Mall Bekasi Cyber Park*. Dalam hal ini, konsumen kurang memperhatikan situs-situs di jejaring sosial yang menginformasikan produk *smartphone* Samsung. Seperti konsumen jarang memiliki waktu untuk membuka situs jejaring sosial, atau kurang mendapat informasi dari pengguna situs jejaring sosial lainnya terkait produk *smartphone* Samsung. Hal ini berbanding terbalik dari hipotesis penelitian bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli.
- b. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen *smartphone* Samsung pada *Mall Bekasi Cyber Park*. Artinya mayoritas konsumen *smartphone* pada pusat distribusi *electronic* tersebut memperdulikan citra merek dari suatu produk, citra yang baik tentunya akan membuat merek dari suatu produk tersebut akan mudah diingat oleh konsumen sehingga nantinya produk tersebut akan dijadikan pilihan utama terhadap konsumen dalam benaknya dan melakukan pembelian. Dengan begitu semakin baik citra merek dari suatu produk, maka minat dalam melakukan pembelian konsumen akan semakin meningkat. Sesuai dengan hasil hipotesis penelitian citra merek berpengaruh terhadap minat beli .
- c. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen *smartphone* Samsung pada *Mall Bekasi Cyber Park*. Artinya mayoritas para konsumen *smartphone* betul-betul memperhatikan kualitas dari apa yang ditawarkan oleh perusahaan Samsung. Dengan memiliki harapan Samsung akan tetap mempertahankan kualitas produknya seperti yang kita ketahui bahwa Samsung adalah salah perusahaan *electronic* yang menjadi *Top of Mind* di

Dunia. Maka semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh Samsung akan semakin meningkatkan minat beli konsumennya. Sesuai dengan hipotesis bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.

- d. Kelompok Acuan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen *smartphone* Samsung pada *Mall Bekasi Cyber Park*. Artinya para konsumen *smartphone* mempertimbangkan informasi, rekomendasi dari teman atau komunitasnya yang menjadi kelompok acuannya. Dengan begitu semakin banyak informasi dan rekomendasi tentang *smaphone* Samsung dari kelompok-kelompok acuan konsumen, maka akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Sesuai dengan hipotesis jika kelompok acuan berpengaruh terhadap minat beli.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam menjalankan penelitian tentunya mempunyai banyak keterbatasan, keterbatasan tersebut antara lain:

- a. Responden penelitian ini sebatas pengunjung sekitar pusat distribusi elektronik, *Mall Bekasi Cyber Park* yang ada di Bekasi Barat. Dengan begitu penelitian ini tidak dapat dilakukan atau digeneralisasikan untuk minat beli *smartphone* Samsung di wilayah lainnya.
- b. Kurangnya pendekatan dalam pencarian sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian ini menjadi salah satu penghambat dalam menjalankan prosesnya. Sehingga penelitian ini hanya menggunakan 70 responden untuk diambil hasil tanggapannya melalui kuisioner yang telah disebarakan.
- c. Penelitian ini hanya mengukur minat beli dengan menggunakan variabel *elektronik word of mouth*, citra merek, kualitas produk, dan kelompok acuan. Keterbatasan penggunaan variabel pengukuran ini memungkinkan belum memperlihatkan secara penuh faktor yang mempengaruhi minat beli.

## 5.3. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan, adapun saran yang diberikan kepada perusahaan terkait dan bagi peneliti selanjutnya.

- a. Perusahaan tetap konsisten menjaga citra yang baik pada merek perusahaan demi meningkatkan nilai pembelian *smarphone* Samsung, dan menjadi pilihan utama

bagi para konsumen. Kemudian untuk kualitas produk dari *smartphone* Samsung lebih ditingkatkan kembali sesuai permintaan konsumen, dengan menambah kinerja, fitur yang unik, dan ketahanan produk *smartphone*. Dan juga memperkuat kerja sama pada acara-acara besar yang ada agar produk *smartphone* Samsung menjadi bahasan diskusi bagi teman-teman atau komunitas yang menjadi rekomendasi bagi konsumen.

- b. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitiannya terkait Minat Beli konsumen dengan menambah atau mengembangkan variabel bebas lainnya yang berbeda dari penelitian ini, seperti variabel loyalitas pelanggan, harga, iklan, dan sebagainya.

