

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Faktor iklan berdampak signifikan dan positif terhadap pilihan pembelian Apple iPhone, menurut penelitian yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hal ini menunjukkan bahwa peluang demografi target untuk membeli iPhone meningkat ketika iklan perangkat tersebut menarik dan mendidik. Temuan ini memperkuat hipotesis pertama peneliti, yang menyatakan bahwa iklan secara signifikan dan positif mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli iPhone Apple.

Selain itu, faktor gaya hidup mempengaruhi pilihan konsumen secara positif dan bermakna secara statistik. Tingkat kompatibilitas gaya hidup yang lebih tinggi pada iPhone berkorelasi dengan kemungkinan lebih tinggi pelanggan membeli iPhone. Hasil ini memberikan kepercayaan terhadap hipotesis kedua yang diajukan oleh peneliti, yang menyatakan bahwa cara hidup seseorang secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi pilihan mereka untuk membeli Apple iPhone.

Kepribadian merek, komponen ketiga, mempunyai pengaruh positif dan substansial terhadap keputusan pembelian; sehingga konsumen lebih cenderung membeli iPhone jika mereka memiliki asosiasi yang baik dan kuat dengan merek tersebut. Hipotesis akhir dari penelitian ini adalah bahwa kepribadian merek mempengaruhi pembelian Apple iPhone secara signifikan dan positif, dan data ini memberikan kepercayaan terhadap klaim tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menaati seluruh proses dan prosedur yang ditetapkan sesuai aturan terkait saat melaksanakan penelitian ini; namun demikian, terdapat sejumlah keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. Peserta harus merupakan penduduk lokal Provinsi DKI Jakarta untuk dapat berpartisipasi dalam survei ini. Hal ini tidak memungkinkan penerapan temuan tersebut ke domain lain.

2. Hanya karakteristik periklanan, gaya hidup, dan kepribadian merek yang digunakan dalam penelitian ini. Pada saat yang sama, ada faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang memutuskan untuk membeli iPhone Apple atau tidak.

5.3 Saran

Dari penjelasan mengenai pembahasan serta kesimpulan yang telah dilakukan pada penelitian ini, berikut adalah saran yang akan diberikan kepada pihak perusahaan serta penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Untuk Perusahaan
 - a. Untuk iklan yang digunakan oleh Apple, sebaiknya tetap dipertahankan dan ditingkatkan kualitas konten dalam iklannya, karena iklan yang menarik dan informatif akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli iPhone.
 - b. Untuk gaya hidup, Apple dapat mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk strategi pemasaran yang berfokus pada gaya hidup. Ini bisa meliputi kolaborasi dengan *influencer* yang relevan dengan gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen iPhone, atau menciptakan kampanye pemasaran yang menyoroti bagaimana iPhone dapat meningkatkan atau mencerminkan gaya hidup tertentu. Selain itu, Apple juga dapat menambah fitur-fitur yang mendukung kegiatan sehari-hari yang sesuai dengan gaya hidup yang aktif.
 - c. Terkait kepribadian merek pada Apple iPhone sudah bagus dan disarankan untuk tetap mempertahankan identitas merek yang dimiliki. Seperti konsisten dalam mengeluarkan produk yang berkualitas tinggi dan memiliki nilai eksklusif yang tentu meningkatkan daya tarik merek di mata konsumen.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk membahas lebih jauh masalah pilihan pembelian, akan sangat bagus jika penelitian di masa depan dapat mencakup lebih banyak faktor seperti harga, citra produk, dan dukungan selebriti. Selain itu, luas sampel dapat diperbesar dan sampel yang dimanfaatkan dapat lebih besar.