

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah dilakukan analisis dengan metode uji regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS 29.0.2.0 maka didapat hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

online review berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung sehingga hipotesis pertama diterima dan hipotesis 0 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan melakukan keputusan pembelian dengan mempertimbangkan *online review* sebagai faktor yang menentukan pengambilan keputusan yang mereka lakukan. Keputusan pembelian bisa terbentuk ketika atau setelah pelanggan membaca ulasan secara *online* yang dibuat oleh pengguna lain. Kredibilitas dari sumber yang membuat ulasan secara daring menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian. Banyaknya ulasan yang dapat diakses, penggunaan bahasa dan komprehensif, dan juga relevansi ulasan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kekuatan *online review* terhadap keputusan pembelian.

Citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung sehingga hipotesis awal diterima dan hipotesis 0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh kuat dalam keputusan pelanggan untuk membeli produk *smartphone* Samsung. Citra merek samsung yang tertanam di benak konsumen mempercayai samsung sebagai merek dengan fungsi dan manfaat yang bagus dalam sektor *smartphone*. Merek samsung sendiri sudah tertanam citranya di benak konsumen dan memiliki reputasi yang bagus karena berhasil memenuhi harapan konsumen terhadap produk mereka. Samsung berhasil menempati peringkat pertama top brand awards dan juga berhasil mempertahankan citra merek mereka di benak konsumen. Strategi-strategi samsung dalam mempertahankan citra merek mereka ini mendorong keputusan pembelian pelanggan terhadap produk *smartphone* Samsung.

Kualitas produk tidak berpengaruh kepada variabel keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung sehingga hipotesis awal ditolak dan hipotesis 0 diterima. Kualitas produk samsung belum berhasil menjadi pendorong yang kuat untuk membuat konsumen atau calon konsumen melakukan keputusan pembelian pada produk *smartphone* mereka. Walau Samsung terus berupaya meningkatkan kualitas produk mereka, faktor ini belum berpengaruh secara signifikan. Pelanggan memiliki faktor lain yang mendorong mereka dalam membeli produk *smartphone* Samsung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dijalankan dengan pedoman dan langkah-langkah yang telah ditetapkan sebelumnya dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Meskipun hal tersebut sudah dilakukan, peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan, yakni :

Teknik penentuan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, di mana pemilihan responden didasarkan pada karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan dari penelitian ini.

Dalam penelitian ini tidak menyebutkan seri *smartphone* seperti seri Z fold, Z flip, S series, A series dalam penentuan respondennya.

5.3 Saran

Setelah membuat hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, berikut beberapa saran untuk perusahaan dan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya :

1) Bagi perusahaan

Diharapkan samsung dapat membangun keinginan pelanggan agar mau memberikan ulasan secara daring sehingga dapat meningkatkan *volume* dari ulasan yang diberikan oleh pelanggan. Hal tersebut juga dapat menambah kredibilitas dari sumber ulasan yang dapat diakses. Dengan peningkatan ulasan produk secara daring maka diharapkan dapat menarik keputusan pembelian pelanggan atau calon pelanggan terhadap produk *smartphone* Sasmsung.

Samsung dapat meningkatkan citra merek mereka di benak para konsumen sehingga citra merek samsung dapat lebih mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan terhadap produk *smartphone* mereka. Citra merek ini harus samsung tingkatkan mulai dari aspek fungsional sehingga pelanggan mengingat manfaat dari produk samsung, aspek afeksi sehingga *smartphone* samsung selalu tertanam di benak pelanggan, serta mempertahankan juga meningkatkan reputasi untuk memenuhi harapan pelanggan.

Samsung harus bisa meningkatkan kualitas produk *smartphone* mereka agar variabel kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan terhadap produk *smartphone* Samsung. Kualitas produk yang dapat ditingkatkan mulai dari kualitas layar yang digunakan, *charging port*, sampai kualitas bahan penyusun *body smartphone* yang mereka gunakan. Untuk mendukung kualitas produk, samsung juga perlu meningkatkan jasa perbaikan purna jual mereka sehingga dapat menyelesaikan keluhan pelanggan terhadap kualitas produk yang mereka beli.

2) Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menganalisis dengan metode lain dalam menentukan sampel seperti *probability sampling*. Teknik ini dilakukan dengan jumlah populasi yang jelas dan menghindari resiko bias.

Peneliti dapat meneliti jenis samsung sesuai seri *smartphone* nya. Hal ini karena dapat mengidentifikasi masing- masing permasalahan yang ada di setiap seri *smartphone* Samsung.

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lainnya sehingga dapat menilai juga pengaruh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini terhadap keputusan pembelian pelanggan pada *smartphone* Samsung.