

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS), maka didapatkan suatu kesimpulan diantaranya: brand ekuitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi, harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel brand ekuitas, harga, dan kualitas produk sehingga tidak dapat mewakili hasil dari variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian sesuai dengan topik penelitian.
2. Penyebaran kuesioner responden dalam penelitian ini tidak ditentukan secara spesifik tempat tinggal para responden oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi.
3. Jumlah responden yang digunakan hanya 75 sehingga data kuesioner disimpulkan hanya berdasarkan pada data 75 responden tersebut.
4. Jenis produk yang digunakan pada penelitian ini hanya produk handphone, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk jenis produk lainnya.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel brand ekuitas, peneliti menyarankan perusahaan Xiaomi mempertahankan atau meningkatkan persepsi para konsumen terhadap barang yang didapatkan sesuai dari handphone Xiaomi itu sendiri dan

konsumen merasa puas dengan handphone Xiaomi. Selain itu, meningkatkan kualitas produk agar mendapatkan rekomendasi dari para konsumen yang sudah memakai handphone Xiaomi, dan merekomendasikan handphone Xiaomi kepada orang lain.

2. Pada Variabel kualitas produk, peneliti menyarankan perusahaan Xiaomi mempertahankan atau meningkatkan kualitas daya tahan baterai yang sudah cukup memuaskan bagi para konsumen, agar para konsumen tetap memilih handphone Xiaomi. Selain itu, meningkatkan variasi pilihan warna yang menarik, agar para konsumen mendapatkan handphone dengan warna yang berbeda dengan merek lain, untuk menarik para konsumen membeli handphone Xiaomi dengan pilihan warna yang menarik.
3. Bagi peneliti berikutnya, untuk lebih memperhatikan secara spesifik dan terinci dalam menggunakan variabel yang sama agar hasil diperoleh dapat lebih baik lagi, serta dalam menentukan indikator dari setiap variabel untuk agar menyesuaikan situasi dan kondisi objek penelitian.

Selain itu, menyarankan untuk memasukan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian lainnya seperti kualitas informasi, bauran promosi, kepercayaan, dan lain-lain.