

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode analisis deskriptif dan statistika dengan dilatar belakangi adanya persoalan yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian semakin tinggi.
2. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin baik citra merek maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.
3. Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.
4. Terdapat pengaruh secara bersama-sama kualitas produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan

1. Penelitian ini menjelaskan bahwa 41,4% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, citra merek dan gaya hidup. Oleh karena itu, kepada peneliti selanjutnya disarankan mengambil variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini serta menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Penelitian ini terbatas pada perhitungan pengaruh variabel, untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan analisis jalur dan analisis persamaan struktural agar hasil penelitian lebih maksimal.

5.3 Implikasi

5.3.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian memiliki peran penting untuk memprediksi sikap dan penilaian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Seorang konsumen akan menggunakan informasi yang tersedia untuk mempertimbangkan akibat dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku pembelian.
2. Temuan ini memungkinkan peneliti lain untuk menerapkan kerangka studi ini pada objek lain dan lebih spesifik mengenai dimensi dari keputusan pembelian. Selain itu, kerangka kerja ini dapat diterapkan pada perusahaan untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen.

5.3.2 Implikasi Praktis

1. Kualitas produk sebagai tolak ukur keputusan pembelian konsumen dan kepuasan konsumen perusahaan Apple harus terus memperhatikan faktor untuk diterapkan yaitu karakteristik dari produk yang akan dibeli dan sejauh mana karakteristik yang diberikan oleh produk dapat sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan konsumen.

2. Citra merek sebuah perusahaan berperan penting dalam menunjang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Citra perusahaan Apple harus tetap dijaga agar persepsi yang dirasakan berdasarkan pengalaman dan interaksi secara langsung oleh pelanggan, interaksi secara langsung oleh pelanggan tidak harus dengan pembelian produk-produknya.
3. Gaya hidup merupakan penunjang sosial seseorang dalam memenuhi kebutuhan aktivitasnya. Perusahaan Apple harus tetap melihat gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya dengan produk-produk yang dikeluarkan.

