

BAB V

PENUTUP

a. Kesimpulan

Seiring dengan tingginya mobilitas masyarakat yang menghendaki kemudahan dalam segala aktivitasnya dan akibat peningkatan populasi manusia, ternyata amat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan alat komunikasi khususnya smartphone. Dibandingkan dengan yg lain, kehadiran produk smartphone ternyata sangat diminati karena dapat memudahkan seseorang untuk melakukan komunikasi jarak jauh maupun jarak pendek. Permintaan terhadap smartphone khususnya xiaomi di Indonesia pada saat ini bisa dikatakan sangat tinggi, hal ini bahkan bisa kita rasakan di lingkungan kita sendiri, yang mulanya smartphone termasuk golongan kebutuhan tersier atau barang mewah, namun pada saat ini baik di pedesaan maupun perkotaan.

Pengguna smartphone Xiaomi semakin banyak kalangan di era tahun ini, apalagi para Mahasiswa di UIN BANTEN, mayoritas pengguna smartphone Xiaomi. selain harganya yang murah atau terjangkau, Xiaomi sendiri menyiapkan kualitas dan fitur terbaik untuk konsumennya, sehingga terbentuklah sebuah keputusan pembelian terhadap konsumenXiaomi di UIN BANTEN. Setidaknya ada beberapa fitur khusus di smartphone Xiaomi, sehingga banyak para kalangan

mahasiswa memutuskan untuk membeli smartphone Xiaomi. Diantaranya yaitu :Second space, Dual Apps, Child mode, Quick Ball, One Handed Mode, Screenshot dalam format yang panjang, Editing video, Jadwal SMS.

Dari hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian studi pada mahasiswa UIN Banten “ dapat disimpulkan.

1. Terdapat pengaruh Citra Merek yang signifikan dengan nilai yang diperoleh $F_{hitung} = 119,975$ dan $F_{tabel} = 3,130$ yang berarti nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} $119,975 > 3.130$ dapat disimpulkan bahwa Citra Merek, dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pembelian smartphone xiaomi.
2. Persepsi Harga memiliki pengaruh sebesar 8.4 % terhadap Keputusan Pembelian smartphone xiaomi pada mahasiswa UIN Banten. Sedangkan sisanya $100\% - 8.4\% = 91.6\%$ dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian smartphone xiaomi pada mahasiswa UIN Banten. Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap y adalah sebesar $0,027 < 0.05$

dan nilai f hitung $119,975 > f$ tabel $3,130$ sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara Citra Merek (X_1) dan Persepsi Harga (X_2) secara bersama-sama terhadap keputusan Pembelian (Y) terhadap mahasiswa UIN Banten.

b. Saran

Hasil dalam penelitian ini telah menunjukkan pengaruh variabel Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap variabel keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada mahasiswa UIN Banten. Berdasarkan penelitian ini penulis memiliki beberapa saran untuk meningkatkan keputusan pembelian smartphone Xiaomi pada mahasiswa UIN Banten, diantaranya :

1. Sebagai smartphone dengan merek baru yang sedang dikenal masyarakat, perusahaan smartphone Xiaomi disarankan untuk meningkatkan citra merek yang positif di mata konsumen, dengan cara perusahaan senantiasa selalu menjunjung tinggi merk yang sudah ada dan tetap menjaga kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkannya tersebut, sehingga keputusan pembelian masyarakat terhadap smartphone Xiaomi semakin tinggi.
2. Perusahaan smartphone Xiaomi disarankan untuk selalu berinovasi dalam menciptakan fitur dan desain produk, agar mampu bersaing dengan merek-merek smartphone lainnya, sehingga adanya fitur dan desain yang selalu baru

akan selalu dinantikan masyarakat dan akan menciptakan terjadinya pembelian.

3. Perusahaan smartphone Xiaomi disarankan untuk menetapkan harga sesuai dengan fitur dan fasilitas yang ada di smartphone, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti citra merek, dan persepsi harga, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.