

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hasil penelitian dan pembahasan berupa kajian teoritik, analisis data dan deskripsi statistik yang penulis lakukan dengan melibatkan 200 responden mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna iPhone tentang kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup dalam keputusan pembelian. Penulis memberikan kesimpulan serta pembuktian bahwa hipotesis yang diajukan dan dikemukakan di awal adalah dapat diterima, dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada iPhone yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang diciptakan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk iPhone.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian pada iPhone yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal ini berarti semakin baik citra merek yang diciptakan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk iPhone.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada iPhone yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal ini berarti semakin baik gaya

hidup yang diciptakan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk iPhone.

5.2. Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan jika kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

1. Pada indikator variabel kualitas produk yang memiliki pengaruh paling rendah adalah indikator yang memuat pernyataan “iPhone memiliki daya tahan penggunaan lebih dari 3 tahun” ditemukan memiliki presentase terendah dibandingkan indikator yang lainnya. Hal ini memiliki arti dan menggambarkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan iPhone merasa jika daya tahan penggunaan iPhone rendah, yaitu tidak tahan jika lebih dari 3 tahun.
2. Pada indikator variabel citra merek yang memiliki pengaruh paling rendah adalah indikator yang memuat pernyataan “Saya memiliki kesan yang jelas tentang tipe orang yang menggunakan iPhone” ditemukan memiliki presentase terendah dibandingkan indikator yang lainnya. Hal ini memiliki arti dan menggambarkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan iPhone merasa jika tidak memiliki kesan yang jelas tentang tipe orang yang menggunakan iPhone, karena mereka merasa pengguna iPhone tidak dikategorikan hanya untuk kelas tertentu.
3. Pada indikator variabel gaya hidup yang memiliki pengaruh paling rendah adalah indikator yang memuat pernyataan “Saya berusaha keras

untuk mempertahankan status tinggi di antara teman-teman saya karena menggunakan iPhone” ditemukan memiliki presentase terendah dibandingkan indikator yang lainnya. Hal ini memiliki arti dan menggambarkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan iPhone merasa jika status tinggi tidak dilihat karena menggunakan iPhone dan merasa tidak terlalu penting dengan merasa tinggi diantara teman-teman.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna. Berdasarkan pada pengalaman penulis selama melakukan proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang penulis alami. Hal ini mungkin bisa dijadikan pertimbangan untuk peneliti-peneliti yang akan datang agar dapat lebih memaksimalkan dan menyempurnakan penelitian. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Kajian variabel yang diteliti oleh penulis hanya sebatas tentang kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.
2. Lokasi populasi yang dilakukan pada penelitian ini hanya berada di lingkup mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Maka hasil penelitian hanya bisa diimplikasikan di wilayah tersebut. Hasil yang sama belum tentu didapatkan jika penelitian dilakukan di lain tempat.
3. Dalam proses pengambilan data serta informasi yang dilakukan penulis menggunakan Kuisisioner, terkadang tidak menunjukkan pendapat yang sebenarnya dan informasi yang diberikan terkadang tidak sesuai dengan

kenyataan yang sebenarnya. Sehingga data yang diperoleh bersifat subjektif.

5.4. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah penulis jalankan, ada beberapa rekomendasi yang dapat penulis ajukan untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Kajian variabel yang diteliti oleh penulis hanya sebatas tentang kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat dikembangkan atau ditambahkan variabel lain yang mungkin dapat memengaruhi keputusan pembelian seperti harga dan promosi.
2. Lokasi penelitian ini hanya difokuskan pada konsumen di Universitas Negeri Jakarta, disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk dilakukan di daerah lain sehingga dapat diimplikasikan di daerah penelitian tersebut.
3. Metode pengumpulan data pada penelitian ini berbentuk Kuisisioner dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan metode dan teknik analisis yang lebih beragam dan disesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan.
4. Fokus pada penelitian ini hanya pada produk dari salah satu brand teknologi ternama, yaitu iPhone sebagai objek penelitian. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengeksplorasi objek lain.