

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di wilayah DKI Jakarta terkait dengan niat beli dapat ditarik kesimpulannya serta pembuktian hipotesis yang dirumuskan diawal adalah dapat diterima. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2021 sampai Juli 2021, dalam kurun waktu enam bulan yang memberikan hasil:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan negara asal terhadap niat beli Samsung *smartphone* di wilayah DKI Jakarta. Apabila negara asal dari suatu produk baik maka niat beli akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan produk terhadap niat beli Samsung *smartphone* di wilayah DKI Jakarta. Apabila pengetahuan produk tinggi maka niat beli akan meningkat.

5.2 Implikasi

Dilihat dari hasil yang sudah dipaparkan peneliti menunjukkan adanya pengaruh negara asal terhadap niat beli Samsung *smartphone* dan adanya pengaruh pengetahuan produk terhadap niat beli Samsung *smartphone* di wilayah DKI Jakarta. Oleh sebab itu, negara asal dan pengetahuan produk merupakan salah satu elemen yang dapat mempengaruhi niat beli. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel negara asal terhadap niat beli, dapat dikemukakan bahwa semakin baik negara asal produk maka akan meningkat pula terhadap niat beli. Oleh karena itu, negara asal merupakan faktor strategis dalam meningkatkan niat beli konsumen.
2. Pengetahuan produk juga merupakan faktor strategis dalam meningkatkan niat beli. Ketika konsumen mempunyai pengetahuan informasi mengenai produk lebih luas, maka mereka akan lebih baik dalam memperoleh keputusan. Oleh karena itu semakin banyak pengetahuan produk konsumen maka niat beli akan semakin tinggi pula.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti masih memiliki beberapa keterbatasan, sehingga keterbatasan dapat ditingkatkan lebih baik untuk penelitian selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah:

1. Dalam penelitian ini variabel yang dipakai hanya tiga variabel saja yaitu negara asal, pengetahuan produk serta dilihat pengaruhnya terhadap niat beli sehingga belum cukup meneliti semua variabel yang berkaitan dengan niat beli.
2. Pada penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 200 responden, maka belum cukup mencakup semua kalangan dalam hasil penelitian ini.

5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

Direkomendasikan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai niat beli, dapat menggunakan variabel yang berbeda diluar penelitian ini, seperti kualitas produk, promosi dan citra merek. Sebaliknya juga peneliti

selanjutnya menggunakan sampel yang lebih banyak dalam penelitiannya, hal tersebut untuk memberikan data yang lebih baik dan akurat dibandingkan dengan penelitian ini.