

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian *Smartphone Samsung Galaxy* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 33.00 + 0.6002X$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kelompok referensi (variabel X), maka akan mengakibatkan skor kenaikan keputusan pembelian (variabel Y) sebesar 0.6002 pada konstanta 33.00.

Keputusan pembelian ditentukan oleh kelompok referensi sebesar 34.81% dan sisanya sebesar 65.19% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain, seperti harga dan kualitas produk.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian *Smartphone Samsung Galaxy* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kelompok referensi merupakan salah satu faktor

yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa Smartphone Samsung Galaxy harus dapat meningkatkan kelompok referensi untuk meningkatkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang diakibatkan oleh kelompok referensi yang buruk, jika dibiarkan berlarut-larut akan membuat konsumen pergi dan berpaling ke *smartphone* lain.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data penelitian, diketahui bahwa pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator sumber komersil dengan sub indikator iklan, wiraniaga dan *display produk* memiliki skor sebesar 18%, selanjutnya indikator diri sendiri yaitu memiliki skor sebesar 20%. indikator sumber publik dengan sub indikator televisi memiliki skor sebesar 20%, indikator produk alternatif yang tersedia memiliki skor sebesar 20%, dan indikator sikap memiliki skor sebesar 20%. Pada variabel kelompok referensi skor indikator terendah adalah indikator hobi (santai-santai) dengan sub indikator *grup selfie, grup whatsapp* dan *grup blackberry messenger* memiliki persentase terendah, yaitu sebesar 26% dan skor tertinggi adalah indikator penting (primer atau keanggotaan) dengan sub indikator keluarga dan teman sebesar 74%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa kelompok referensi menentukan keputusan pembelian, semakin tinggi kelompok referensi akan berdampak pada keputusan pembelian *Smartphone Samsung Galaxy* yang

akan semakin meningkat. Ini memberikan implikasi bahwa perusahaan *Smartphone Samsung Galaxy* seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada semua indikator seperti pada variabel keputusan pembelian yaitu indikator diri sendiri yang harus sesuai dengan keinginan kelompok referensi, indikator sumber komersil dengan sub indikator iklan, wiraniaga dan *display produk* perusahaan Samsung harus lebih memberikan informasi yang lengkap dan jelas mengenai produk nya, indikator sumber publik dengan sub indikator televisi, indikator produk alternatif yang tersedia, dan indikator sikap.

Sedangkan, untuk kelompok referensi indikator terendahnya adalah hobi, yang juga harus diperhatikan oleh perusahaan samsung. Perusahaan samsung tersebut harus berupaya membuat konsumen hobi menggunakan *Smartphone Samsung Galaxy*. Sehingga, konsumen merasa *Smartphone Samsung Galaxy* adalah *smartphone* yang sesuai dengan kelompok referensinya. Untuk indikator dengan skor tertinggi pada ke-dua variabel, *Smartphone Samsung Galaxy* harus dapat mempertahankan dan menerapkannya lebih baik lagi, sehingga keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian *Smartphone Samsung Galaxy*, antara lain :

1. Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian *Smartphone Samsung Galaxy*, sebaiknya perusahaan samsung mempertimbangkan berbagai hal yang dapat mempengaruhi kelompok referensi, sehingga konsumen akan tergerak melakukan keputusan pembelian. Apabila *Smartphone Samsung Galaxy* adalah *smartphone* yang sesuai dengan konsumen, maka akan semakin sering konsumen mengunjungi dan melakukan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa dalam menciptakan kelompok referensi melalui indikator hobi (santai-santai) dengan sub indikator *grup selfie*, *grup whatsapp* dan *grup blackberry messenger* memiliki persentase terendah, yaitu sebesar 26%, maka sebaiknya perusahaan samsung meningkatkan kembali upaya perbaikan dalam berbagai aspek agar pelanggan merasa senang atau suka menggunakan *Smartphone Samsung Galaxy*. Sebaiknya, *Smartphone Samsung Galaxy* menciptakan fitur aplikasi yang menarik dan mudah digunakan untuk semua kalangan, sehinggal konsumen hobi menggunakan fitur aplikasi yang tersedia di *Smartphone Samsung Galaxy* seperti fitur kamera, fitur media sosial seperti *whatsapp* dan

blackberry messenger sehingga konsumen hobi untuk menggunakan *Smartphone Samsung Galaxy* dan bisa bersantai-santai dengan *Smartphone Samsung Galaxy*. Tidak semua orang suka atau hobi menggunakan *Smartphone Samsung Galaxy* untuk berselfie serta menggunakan sosial media yang ada saat ini seperti halnya *whatsapp* dan *blackberry*, maka dari itu *Smartphone Samsung Galaxy* harus menyiapkan berbagai konsep untuk diterapkan agar tercipta *smartphone* yang digemari oleh siapapun. Konsep yang dibangun untuk menarik para konsumen harus dilihat dari berbagai macam karakteristik konsumen, dari segi usia dan gender.