

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fitur produk dengan keputusan pembelian *Blackberry* pada RW 02, Jatibening Baru, Pondok Gede, Bekasi. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,507. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik fitur produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi keputusan pembeliannya.

Pada keputusan pembelian terlihat bahwa dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pencarian informasi sebesar 42,64%. Selanjutnya, dimensi pengenalan masalah, yaitu sebesar 28,50%. Kemudian dimensi evaluasi alternatif sebesar 14,50% dan dimensi sikap pembelian sebesar 14,36%.

Pada variabel fitur produk, indikator kualitas memiliki skor yang paling tinggi, yaitu sebesar 78,18%. Kemudian indikator keragaman memiliki skor 11,02% dan selanjutnya indikator kelengkapan memiliki skor 10,80%.

Telah diketahui bahwa pengaruh keputusan pembelian *Blackberry* pada RW 02, Jatibening Baru, Pondok Gede, Bekasi berdasarkan fitur produk yang ditawarkan sebesar 25,66% dan sisanya sebesar 74,34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti harga, desain, citra merek, dan kualitas produk.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara fitur produk dengan keputusan pembelian *Blackberry* pada RW 02, Jatibening Baru, Pondok Gede, Bekasi. Hal ini membuktikan bahwa fitur produk merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan *Blackberry* harus dapat memperbaiki fitur produk yang memiliki masalah serta menawarkan fitur produk yang lebih menarik agar konsumen tertarik dan membeli produknya.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa jika fitur produk yang ditawarkan oleh perusahaan kualitasnya rendah maka akan merendahkan keputusan pembelian. Hal yang perlu dilakukan perusahaan *Blackberry* adalah memperbaiki fitur produk yang memiliki masalah serta menambahkan keragaman dan kelengkapan fitur produk agar konsumen tertarik dan membeli produknya. Selain itu, perusahaan *Blackberry* juga harus membuat suatu strategi harga kompetitif yang sesuai dengan kualitas dan citra produk *Blackberry*. Hal ini diutarakan karena menurut hasil perolehan skor rata-rata, indikator kualitas memiliki skor yang paling tinggi, yaitu sebesar 78,18%. Sedangkan indikator keragaman dan kelengkapan memiliki skor yang sama-sama lebih rendah, yaitu sebesar 11,02% dan 10,80%.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, perusahaan *Blackberry* sebaiknya memperbaiki fitur produk yang memiliki masalah serta menambahkan keragaman dan kelengkapan fitur produk sesuai dengan kebutuhan para konsumen agar keputusan pembelian meningkat.
2. Dalam menghadapi persaingan, *Blackberry* harus dapat mempertahankan para pelanggan dan menciptakan pelanggan baru sebagai pengguna *Blackberry*, dengan cara terus meningkatkan kualitas produk serta menampung saran dan masukan juga menanggapi dan memberikan solusi atas keluhan-keluhan konsumen *Blackberry*. Selain itu, perusahaan juga harus membuat suatu strategi harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas & citra merek *Blackberry*.