

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 pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yaitu 37,2% sedangkan sisanya 62,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi berganda $\hat{Y} = 23,205 + 0,372 X_1 + 0,282 X_2 + 0,349 X_3$. Dari model persamaan regresi berganda di atas dapat diinterpretasikan bahwa, apabila *brand extension* (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,372 pada konstanta sebesar 23,205. Sementara itu, apabila kualitas produk (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,282 pada konstanta 23,205. Dan apabila layanan purna jual (X_3) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,349 pada konstanta 23,205.

1. *Brand Extension* dengan Keputusan Pembelian

Terdapat pengaruh yang positif antara *brand extension* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Keputusan pembelian ditentukan oleh *brand extension* sebesar 21,0% dan sisanya 79,0% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $\hat{Y} = 44,254 + 0,611 X1$. Koefisien X1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara *brand extension* dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat *brand extension* maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Keputusan pembelian ditentukan kualitas produk sebesar 20,6% dan sisanya 79,4% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $\hat{Y} = 49,337 + 0,502 X2$. Koefisien X2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.

3. Layanan Purna Jual dengan Keputusan Pembelian

Terdapat pengaruh yang positif antara layanan purna jual terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Keputusan pembelian ditentukan layanan purna jual sebesar 23,4% dan sisanya 76,6% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $\hat{Y} = 40,580 + 0,637 X3$. Koefisien X3 bernilai positif artinya terdapat pengaruh

antara layanan purna jual dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual juga berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah sumber pribadi dengan sub indikator keluarga dan teman sebesar 26,73%. Selanjutnya, indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif sebesar 13,54%, setelah itu indikator membeli merek yang disukai sebesar 13,41%, indikator rangsangan dari luar dengan sub indikator orang lain sebesar 13,01%, indikator sumber pengalaman dengan sub indikator pernah menggunakan sebesar 12,24%, indikator sumber komersial dengan sub indikator iklan sebesar 11,05%, dan skor yang terendah adalah indikator rangsangan dari dalam dengan sub indikator diri sendiri yaitu sebesar 10,02%

Implikasi dari penelitian ini, yaitu *smartphone* Xiaomi dapat meningkatkan

brand extension, kualitas produk dan layanan purna jual untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hal yang perlu dilakukan oleh pihak *smartphone* Xiaomi adalah dengan menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah dan melakukan perbaikan-perbaikan untuk ke depannya, seperti indikator terendah variabel keputusan pembelian adalah indikator rangsangan dari dalam dengan sub indikator diri sendiri. Pada variabel *brand extension* indikator terendahnya adalah *reputation* (reputasi) dengan sub indikator popularitas perusahaan merek perluasan. Pada kualitas produk indikator terendahnya adalah aplikasi yang terletak pada dimensi fitur. Sementara itu, pada variabel layanan purna jual indikator terendahnya adalah *number of service center* (jumlah layanan pusat).

Selain itu, *smartphone* Xiaomi sebagai produsen juga harus mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi sehingga dapat mencapai keputusan pembelian yang maksimal.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi

dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Faktor lain yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah populasi penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan *smartphone* Xiaomi.
3. Keterbatasan selanjutnya adalah metode penelitian dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda.
4. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner.

D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka rekomendasi penelitian ini ditunjukkan kepada pihak-pihak yang terkait yaitu, pada perusahaan *smartphone* Xiaomi dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Perusahaan *Smartphone* Xiaomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini antara lain:

- a. *Smartphone* Xiaomi seharusnya melakukan kegiatan efektif yang dapat

meningkatkan *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual yang perusahaan lakukan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. Hal ini dapat dilihat dari indikator keputusan pembelian dengan skor terendah yaitu indikator rangsangan dari dalam dengan sub indikator diri sendiri yaitu sebesar 10,02% dan mempertahankan indikator dengan skor tertinggi yaitu indikator sumber pribadi dengan sub indikator keluarga dan teman sebesar 26,73%.

- b. *Smartphone* Xiaomi seharusnya memperbanyak *brand extension* agar konsumen dapat mempertimbangkan untuk kegunaan *smartphone* Xiaomi yang sesuai dengan *brand extension*nya. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian pada *smartphone* Xiaomi. Hal ini dapat dilihat dari indikator *brand extension* dengan skor terendah yaitu indikator *reputation* (reputasi) dengan sub indikator popularitas perusahaan merek perluasan sebesar 17,70%. dan mempertahankan indikator dengan skor tertinggi yaitu *similarity* (similaritas) dengan sub indikator yang pertama kesesuaian antara merek asal dan sub indikator yang kedua merek perluasan dan kesesuaian asosiasi antara merek asal dan merek perluasan sebesar 41,16%.
- c. *Smartphone* Xiaomi seharusnya meningkatkan kualitas produknya yang lebih baik untuk menjangkau target pemasarannya. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian pada *smartphone* Xiaomi. Hal ini dapat dilihat dari indikator kualitas produk dengan skor terendah yaitu indikator aplikasi sebesar 13,76% dan mempertahankan indikator dengan skor tertinggi

yaitu bentuk sebesar 18,76%.

- d. *Smartphone* Xiaomi seharusnya meningkatkan layanan purna jualnya agar konsumen dapat merasa aman dan percaya untuk membeli *smartphone* Xiaomi. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian pada *smartphone* Xiaomi. Hal ini dapat dilihat dari indikator layanan purna jual dengan skor terendah yaitu *number of service center* (jumlah layanan pusat) sebesar 31,65% an mempertahankan indikator dengan skor tertinggi yaitu konsultasi lanjutan sebesar 36,63%.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Pada penelitian ini hanya menguji tiga variabel yaitu yaitu *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual pada keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menambah variabel lainnya.
- b. Pada penelitian ini pemilihan populasi hanya pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat memperluas populasi penelitian yang mencakup mahasiswa di Jakarta atau mahasiswa yang berada di pulau Jawa.
- c. Pada penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data yang lebih

beragam dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

- d. Agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung oleh teori yang kuat pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian yang mampu mendukung topik yang diteliti.