

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mendalam, dapat ditarik simpulan mengenai Citra Negara Asal, Pengetahuan Produk, dan Keterlibatan Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi pada Masyarakat di Kota Yogyakarta) antara lain:

1. Tidak terdapat pengaruh antara citra negara asal terhadap minat pencarian informasi, hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan antara pengetahuan produk terhadap minat pencarian informasi, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan antara keterlibatan produk terhadap minat pencarian informasi, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
4. Tidak terdapat pengaruh antara citra negara asal terhadap minat beli konsumen, hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
5. Tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan produk terhadap minat beli konsumen, hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
6. Terdapat pengaruh positif signifikan antara keterlibatan produk terhadap minat beli konsumen, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
7. Tidak terdapat pengaruh antara citra negara asal terhadap keputusan pembelian, hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

8. Terdapat pengaruh positif signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
9. Terdapat pengaruh positif signifikan antara keterlibatan produk terhadap keputusan pembeli, hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

B. KETERBATASAN

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan pada penelitian ini, yang meliputi:

1. Penelitian ini hanya menguji pengaruh citra negara asal, pengetahuan produk, dan keterlibatan produk sebagai variabel independen, sehingga masih belum mampu menggambarkan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara keseluruhan, karena keputusan pembelian masih bisa diukur dengan berbagai variabel dan aspek-aspek lainnya semisal iklan, kelompok acuan, dan harga.
2. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti Sampel kecil di wilayah kota Yogyakarta, untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian misalnya seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik dan luas lagi.

C. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan masukan yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan

Bagi pihak Samsung khususnya bagian marketing di Yogyakarta sebaiknya tetap mempertahankan dan meningkatkan aspek-aspek dalam promosi dan memperkuat rangsangan-rangsangan pemasaran melalui stimulasi informasi dan keterlibatannya dalam mempengaruhi konsumen dan calon konsumen agar memilih produk Samsung dan tidak berpindah menuju brand pesaing.

2. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran sebaiknya dalam melakukan penelitian bisa menambah variabel baru seperti iklan, promo *discount*, *Brand Ambassador*, dan *word of mouth* sebagai variabel yang terikat oleh loyalitas pelanggan, dan menambah jumlah sampel dengan melibatkan semua kecamatan atau wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.