

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah dipaparkan, maka dapat kita simpulan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Brand Image tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Responden menilai bahwa brand image tidak menjadi faktor paling utama yang menentukan keputusan pembelian. Melainkan ada pertimbangan lainnya dalam pembelian seperti kualitas yang di tawarkan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Responden menilai bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan ketika akan membeli suatu produk tertentu. Apabila kualitas produk bagus maka penjualan produk akan meningkat.
3. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Responden menilai bahwa harga merupakan salah satu faktor pendukung keputusan pembelian suatu produk. Apabila suatu produk menunjukkan kualitas yang bagus, pelayanan yang baik, namun harga yang ditawarkan tidak memenuhi daya beli masyarakat maka tidak akan terjadi pembelian. Bagi perusahaan sangat penting mempertimbangkan suatu harga produk agar sesuai dengan daya beli masyarakat sehingga produk yang ditawarkan diminati pembeli.
4. Pelayanan purna jual tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Responden menilai bahwa pelayanan purna jual tidak

mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk Xiaomi. Apabila kualitas produk dan harga dirasakan konsumen sudah cocok dengan daya beli, kemampuan, serta manfaat yang akan di dapat maka konsumen akan tetap membeli produk dari Xiaomi.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Berikut adalah alternatif saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan Xiaomi

- a. Mempertahankan kualitas produk dari Xiaomi, karena produk Xiaomi dikenal masyarakat salah satunya adalah karena kualitas nya bagus
- b. Mempertahankan harga sesuai daya beli konsumen, dengan menyediakan penawaran produk yang beragam dan harga yang bervariasi.
- c. Inovasi produk dengan mempertimbangkan trend kekinian namun tetap mempertahankan ciri khas dari produk Xiaomi.
- d. Menambah program pelayanan purna jual, agar konsumen merasa loyal kepada produk Xiaomi.

2. Penelitian Mendatang

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada penelitian ini. Sehingga, untuk penelitian mendatang sangat disarankan untuk menambah variabel lain yang jarang diteliti dan dimungkinkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Seperti penambahan variabel Halal Awarners atau pengaruh label halal, promosi, word of mouth, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan.