

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya mengenai kualitas produk, harga, mcitra merek terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil pengujian citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di karenakan dilihat dari segi merek produk smartphone xiaomi tidak terlalu berkesan dan familiar bagi konsumen pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung di bandingkan dengan produk smartphone lainnya. Selain itu menurut konsumen desain yang diberikan tidak terlihat elegan.
2. Hasil pengujian kualitas produk nerpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dengan fungsi smartphone sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Tulungagung.
3. Hasil pengujian harga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana ketika harga yan

4. ditawarkan terjangkau bagi masyarakat. Maka hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian ditambah lagi dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk serta fitur-fitur yang diberikan oleh smartphone xiaomi. fakultas dan bisnis islam iain Tulungagung.
5. Dari hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel citra merek, kualitas produk, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dan hipotesis diterima.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan mafaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk dan harga. Namun bagi pihak akademisi masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, sehingga perludanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan Xiaomi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberi kontribusi kepada manajemen produk smartphone untuk menentukan kebijakan dalam hal pemasaran produk smartphone xiaomi Diharapkan manajemen mampu menjaga danmeningkatkan bauran pemasan dan kualitas pelayanan yang baik.

3. Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian agar menambah atau mencoba variable independen yaitu iklan, promosi dan kualitas pelayanan agar hasil yang di dapatkan lebih akurat. Selain itu peneliti selanjutnya diharpkan menggunakan teknik pengumpulan data selain purposive sampling untuk mempermudah pengumpulan data kuesioner.