

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi, kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian pada masyarakat Desa Ngepeh. Maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh. Promosi merupakan hal terpenting pada proses pemasaran suatu produk bagi perusahaan. Promosi pembelian yang dimiliki oleh perusahaan smartphone realme belum sepenuhnya dapat memunculkan keinginan atau keputusan pembelian konsumen terhadap smartphone realme. Sehingga perlu adanya peningkatan promosi baik secara langsung yaitu melalui event atau bazaar, melalui pembicaraan ke konsumen langsung, mengadakan promo, ataupun secara tidak langsung dengan periklanan melalui media massa. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat Desa Ngepeh dapat meningkatkan minat belinya dari promosi yang digunakan yang dapat membuat keinginan untuk membeli smartphone realme.
2. Variabel kebutuhan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat

Desa Ngepeh. Kebutuhan merupakan sesuatu hal yang dipenuhi oleh masyarakat guna mensejahterakan hidupnya. Tetapi dalam kebutuhan akan smartphone khususnya merek realme tidak terlalu tinggi karena masyarakat selain masih mempertahankan smartphone yang lama juga kebutuhan smartphone tidak mendesak. Kebutuhan smartphone bukan merupakan kebutuhan pokok atau primer sehingga masih perlu ditunda dalam kepemilikan. Selain itu juga membeli samrtphone tidak hanya disaat membutuhkan saja melainkan juga disaat terdapat trend smartphone seperti sekarang ini.

3. Variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh. Gaya hidup merupakan keinginan atau aktivitas seseorang untuk emenuhi kepuasan dalam hidupnya. Gaya hidup atau aktvitas, keinginan terhadap suatu barang atau jasa pada masyarakat Desa Ngepeh juga cukup tinggi. Sebagian masyarakat Desa Ngepeh khususnya anak-anak muda atau remaja mengikuti trend yang berkembang sekarang ini khususnya smartphone. Gaya hidup mengikuti trend banyak ikuti oleh anak-anak muda. Di Desa Ngepeh anak-anak muda mengikuti perkembangan smartphone realme dan mengikuti keinginan mereka yang dilihat dari kalangan sebayanya atau teman yang dimiliki. Karena gaya hidup atau keinginan tersebut menjadikan terciptanya keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh.

4. Variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh. Citra merek merupakan segala informasi mengenai produk yang dijual. Masyarakat melihat pentingnya citra merek pada suatu produk yaitu smartphone realme. Mencari informasi dengan jelas dan baik mengenai produk yang akan dibeli. Citra merek yang baik dimiliki oleh suatu produk menjadikan produk tersebut banyak diminati dan dicari oleh masyarakat. Citra merek yang baik dari smartphone realme menjadikan masyarakat Desa Ngepeh mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.
5. Variabel promosi, kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini, saran yang ingin penulis sampaikan yaitu kepada:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi dari peneliti kepada perguruan tinggi khususnya bagian perpustakaan yang dapat digunakan sebagai literatur bagi pembaca untuk menambah wawasan mengenai pemasaran produk, tingkat kebutuhan masyarakat, gaya hidup masyarakat, citra merek dari suatu produk, dan keputusan pembelian suatu produk. Peneliti menyarankan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan

dengan baik oleh pembaca baik dosen maupun mahasiswa pada perguruan tinggi tersebut sebagai materi untuk bahan pembelajaran di dalam kelas.

## 2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat berguna untuk informasi dalam hal pengambilan keputusan pembelian suatu produk khususnya smartphone realme dari faktor promosi, kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek. Dalam membeli suatu barang dapat dilihat kebutuhan akan barang tersebut, informasi produk dan tidak selalu membeli produk karena trend sekarang. Sehingga masyarakat lebih bijak dalam melakukan pembelian produk.

## 3. Bagi peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk khususnya faktor promosi, kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek atau tambahan variabel lain yang belum ada dalam penelitian ini. Penulis menyarankan untuk menambahkan variabel selera atau kualitas produk pada penelitian selanjutnya karena selera setiap konsumen itu berbeda-beda sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk juga memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain itu mampu mengembangkan metode penelitian sehingga dapat memperoleh informasi yang mendetail.