

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *strategi positioning*, harga, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular Bandung Tulungagung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel *strategi positioning* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular Bandung Tulungagung. Karena biaya untuk membeli *smartphone* Realme mudah dijangkau oleh semua kalangan, dan kualitas produk serta manfaat produk yang akan konsumen dapatkan seimbang dengan biaya yang akan mereka keluarkan.
2. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular Bandung Tulungagung. Karena harga *smartphone* Realme di Sedayu Asri lebih terjangkau dibandingkan dengan harga produk pesaingnya.
3. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular

Bandung Tulungagung. Karena merek Realme sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Bandung Tulungagung, sehingga menambah kemungkinan konsumen Sedayu Asri untuk memutuskan membeli *smartphone* Realme. Dan variabel *brand image* menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri.

4. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel *strategi positioning*, harga, dan *brand image* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular Bandung Tulungagung. Dan variabel *brand image* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular Bandung Tulungagung.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Perusahaan**

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *strategi positioning*, harga, dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme. Maka bagi pihak Sedayu Asri kiranya untuk memperhatikan ketiga hal tersebut. Dengan memperbaiki *strategi positioning*, memperhatikan harga, dan mempertahankan *brand image*

yang sudah ada diharapkan dapat memantapkan konsumen untuk membeli *smartphone* Realme di Sedayu Asri.

## 2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan pada bidang ekonomi yang berkaitan dengan *strategi positioning*, harga, *brand image*, dan keputusan pembelian *smartphone* Realme. Selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Manajemen Bisnis Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatulloh Tulungagung. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan dapat sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

## 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini tentunya masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan secara lengkap dengan menambah teori yang mendukung. Diharapkan juga pada penelitian selanjutnya untuk memperluas lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sesuai dengan kondisi objek penelitian yang bersangkutan.