

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun beberapa simpulan yang dapat dikemukakan dari hasil deskripsi dan hasil analisis penelitian ini, adalah :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan, persepsi terhadap citra merek, harga, kualitas produk, minat beli dan keputusan pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang menunjukkan bahwa rata-rata responden mempunyai persepsi “baik” terhadap citra merek, harga, kualitas produk, minat beli, dan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen akan variabel citra merek, harga, kualitas produk, minat beli, dan keputusan pembelian cukup baik.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dalam pembelian laptop asus Di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variable harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli dalam pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kupang. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis ditolak.

5. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
6. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis ditolak.
7. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis ditolak.
8. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
9. Variabel minat beli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memediasi harga terhadap keputusan pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis diterima. Sedangkan, variabel minat beli tidak berpengaruh secara signifikan dalam memediasi citra merek dan kualitas produk terhadap

keputusan pembelian laptop asus di Toko Timorese Computer Kota Kupang. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis ditolak.

10. Hasil koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah 72,3% yang merupakan kontribusi dari variabel citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya 63,9% minat beli dipengaruhi oleh vitra mere, harga, dan kualitas produk, sisanya sebesar 36,1% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, dapat disarankan kepada produk laptop asus sebagai berikut :

1. Perusahaan laptop Asus perlu meningkatkan sistem keamanan dan kinerja anti virus dengan cara memberlakukan update anti virus pada perangkat lunak yang mudah terkena virus agar laptop Asus terhindar dan teteap terjaga dari virus yang intensitasnya yang tinggi. Karena dengan tetap membentuk sistem keamanan yang baik pada perangkat lunak, konsumen tidak akan ragu untuk melakukan keputusan pembelian terhadap laptop Asus, sehingga mampu menjadi salah satu merek yang paling kuat di kemudian hari.
2. Pihak perusahaan laptop Asus perlu meningkatkan bahan baku utama yang lebih tebal dalam pembuatan perangkat keras laptop Asus, sehingga dapat mengontrol elemen yang cepat panas agar terhindar dari kerusakan

dan dapat bertahan disetiap cuaca, dengan demikian konsumen tidak akan beralih kepada merek laptop lain.

3. Pihak Toko Timorese perlu meningkatkan jumlah potongan harga kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak, sehingga dengan mendapatkan potongan harga yang maksimal akan membentuk hubungan yang baik antara konsumen dan pihak Toko Timorese.
4. Bagi Peneliti yang akan datang, yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambah jumlah variabel yang lebih luas serta penambahan jumlah responden, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aminuddin Hamdat, dkk. 2020. Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Diandra Kreatif/Mirra Buana Media.

Farida Yulianti, dkk. 2019. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.

Sugiyono.2007. Statistika Untuk Penelitian, Alfabeta : Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.

Skripsi/Tesis/Disertasi :

Aisy, Asyiroh Khanifatul. 2020. “Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Generasi Milenial di Pasar Tradisional Sukodono”. http://digilib.uinsby.ac.id/41916/1/Asyiroh%20Khanifatul%20Aisy_G73216028.pdf

Andriani, Vera. 2019. “Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Pop Mie”. (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UIR). <https://repository.uir.ac.id/11696/>

Azhari, Rian. 2020. “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Sepeda Motor Honda Beat di Desa Ronjobatu Kecamatan Muara Sipongi”. <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/6490/>

Hidayati, TA., Suharyono, dan D. Fanani. 2013. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma’had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/85>

Murdoyo, Totok. 2014. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Merk Adidas Pada Pelanggan Lapangan Futsal Gor Surya di Boyolali”. <http://eprints.uny.ac.id/15831/1/pdf%20skripsi.pdf>

Nugroho, Deky Apriliya. 2021“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tono Motor di Kota Semarang”. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2017/B.111.17.0107/B.111.17.0107-15-File-Komplit-20210825020929.pdf>

- Nurhuda, Muhamad. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tupperware Di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram".
<https://docplayer.info/203999433-Skripsi-pengaruh-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-pada-produk-tupperware-di-business-leader-mutiara-rinjani-mataram.html>.
- Novianti, Wahyunita.2021. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee di Kecamatan Cakung)".
<http://repository.stei.ac.id/6272/>
- Putri, Dzari'ah Yuliaty Permana. 2019. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Makanan Cepat Saji Popeye Fried Chicken di Colomadu".
<http://eprints.ums.ac.id/77422/>
- Rendi, 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada M61 Cafe Eatery di Jalan Aggrek Raya Kel. Pandang Kec. Panukukang Kota Makassar".
<https://123dok.com/article/saran-skripsi-pengaruh-kualitas-produk-minat-eatery-jalan.z3d5j187>
- Rizki, Nadia. 2020. "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Kota Banda Aceh (Studi di Kecamatan Syiah Kuala)".
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15389/>
- Saputra, Ridho. 2020. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekan Baru".
<https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO%20SAPUTRA.pdf>
- Sari, Okta Widiya. 2022. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Merk Vincenza Dalam Perspektif Syariah (Studi Kasus Konsumen Toko Grosir Bang Iyuz Way Dadi Sukarame Bandar Lampung Periode 2020)".
<http://repository.radenintan.ac.id/17869/>
- Wibisono, Ekky Suti. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo".
<http://eprints.ubhara.ac.id/511/>

Jurnal :

- Alnisyalma, Florita. 2021. "Pengaruh *Product Quality, Promotion* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian di Mr. Bubble Cafe Pati".
[2588-Article Text-7163-1-10-20211213.pdf](https://doi.org/10.2588/Article-Text-7163-1-10-20211213.pdf).

- Abdillah, Wahyu dan Herawati, Andry. 2018. “Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)”
<https://onesearch.id/Record/IOS4619.article-1338>
- Febriyanti, Rizky Suci dan Wahyuati, Aniek. 2016. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli”.
Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/672>
- F, M. Bayu Adrio. 2020. “Harga, Pembentukan Harga, dan Keseimbangan Pasar.”
Jurna Ekonomi Baru.
<http://eprints.umsida.ac.id/6826/>
- Farokhi, Sahal Muhammad dan Hidayar Wahyu. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”. (Studi Kasus pada PT. Nusantara Sakti Semarang).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24877>
- Hutri, Dwi Elvira dan Yuliviona, Reni. 2022. “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. (Studi kasus: pada pengguna sepeda motor di Kota Padang).
<https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/20165>
- Maharani, Bunga Bintang. 2015. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Produk Pembalut Wanita Softex Hello Kitty”.
[9288-17790-1-SM.pdf](https://ejournal3.umsida.ac.id/index.php/9288-17790-1-SM.pdf)
- Meldarianda, Resti dan S, Henki Lisan. 2010. “Pengaruh *Stroe Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Resort Cafe Atmosphere* Bandung.”
Jurnal Bisnis dan Ekonomi.
- NST, Muhammad Fakhru Rizky dan Yasin, Hanifa. 2014. “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PPT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan.” Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/182>
- Rizky, M.F., dan H Yasin. 2014. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan”, Jurnal Manajemen & Bisnis.
<https://docs.google.com/document/d/12SFQJFYLYNQy2zJ3TGFsvn0giZyMaIA/edit>
- Setijadi dan Wijaya, Wisnu Satria Kencana. 2013. “Pengaruh Merek, Harga, Fitur produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Toko Cendana Cell Banjarnegara.” Jurnal Media Komunikasi dan Bisnis.
<https://tambara.e-journal.id/medikonis/article/view/55>