

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk, dapat diambil kesimpulan:

1. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone 5.
2. Variabel citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone 5. Hal ini berarti citra merek bukanlah pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone 5.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone 5. Pada variabel gaya hidup hal ini harus dipertahankan oleh manajemen Apple Inc karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen.

Pada variabel citra merek mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone 5, walaupun citra merek bukan menjadi alasan utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tetapi faktor ini tetap harus diperhatikan dan ditingkatkan oleh manajemen Apple Inc untuk mempertahankan bahkan lebih mempengaruhi

pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu indikator yang perlu ditingkatkan oleh Manajemen Apple Inc adalah dengan lebih mengunggulkan produk iPhone 5 dibandingkan dengan produk *smartphone* lain dengan cara selalu meningkatkan update IOS pada produk iPhone 5.

Pada variabel kualitas produk hal ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan lagi oleh manajemen Apple Inc Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Salah satu indikator yang perlu ditingkatkan adalah kinerja dan keistimewaan dari produk iPhone 5 itu sendiri.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian yang peneliti lakukan masih memiliki berbagai kekurangan karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian yang penulis sampaikan diakhir penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari tiga variabel independen yaitu variabel gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Jumlah responden yang dijadikan sampel untuk penelitian ini masih sedikit dan belum luas, sehingga hasil dalam penelitian ini belum memiliki tingkat akurasi yang kuat.
3. Objek penelitian yang penulis teliti hanya pada cakupan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

5.4 Saran

1. Diharapkan pada penelitian yang selanjutnya dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk iPhone 5 untuk lebih menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam menganalisis pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone 5, diharapkan agar menambahkan objek lain untuk memperkuat hasil penelitian tentang pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone 5.
3. Dalam menyebarkan kuisioner, diharapkan pada para penelitian selanjutnya untuk mengambil atau melakukan *survey* pada responden yang lebih banyak dan lebih luas agar hasil dari penelitian tersebut lebih akurat.

