

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian *iPhone*.
2. Brand image tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian *iPhone*.
3. Desain produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian *iPhone*.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Pada variabel brand image, belum bisa memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan baik. Maka dari itu, perusahaan disarankan untuk mampu dan lebih meningkatkan brand image agar meningkatkan minat para pengguna produk ataupun calon pembeli produk.
2. Pada variabel desain produk diketahui pula, bahwasanya desain yang dimiliki *iPhone* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu perusahaan harus lebih meningkatkan kreatifitas terhadap desain-desain *iPhone*, agar dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap *iPhone*

5.3 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan

selanjutnya diujikan pada pelanggan produk lain.

2. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian
3. Bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan menambah jumlah sampel dengan cara menggunakan tidak hanya satu aplikasi sebagai objek penelitian, selain itu bagi peneliti di masa mendatang diharapkan untuk mencoba mencari beberapa variabel baru yang juga mempengaruhi minat beli ulang dalam berbelanja seperti citra merek, kepuasan dan fasilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita dan Sinaga, F. (2013). No Title. *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Satria F150 Pada Komunitas Hyperundrbone Satria F Community (HSC) Di Kawasan Ringroad, Meda*, 2(1 April).
- Anggraini Puji Lestari, F. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Sosio E-Kons*, 10(2502–5449), 87–95. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7821>
- Bruto dan Margaret. (2006). *The Psychological of Women* (Seventh Ed). Wadsworth.
- Elly, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
- Fajri, C., Amelya, A., Ekonomi dan Bisnis, F., Kerja, D., Kerja, K., & Karyawan, K. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad Kata kunci. In *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* (Vol. 5, Issue 1). <http://jiip.stkipyapisdompou.ac.id>
- Firdaus, R. N. J. R. T. R. (2022). *MEREK OPPO (Studi Kasus Konsumen Smartphone Merek OPPO di counter ZERRO Simpang Empat Pasaman Barat) (a case study of oppo brand smartphone consumers at the zerro counter at simpang empat , west pasaman) Rudi Nofrianto ; Jhon Rinaldo ; Tifani Ratu Fir*. 4(1), 185–200.
- Hammad, S. A., Jusoh, R., & Ghozali, I. (2013). Decentralization, perceived environmental uncertainty, managerial performance and management accounting system information in Egyptian hospitals. *International Journal of Accounting and Information Management*. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-02-2012-0005>
- Handayani, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Samakoi Farm, Purbalingga. *Economics, Social, and Humanities Journal (Esochum)*, 1(2), 95–110.
- Harlina, L., Srikandi, P., & Kusumawati, K. A. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 15, Issue 2).
- Hartati, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dn Brand Trust Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Management&Marketing*, 5(2), 73–94.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. ... *Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1>

- Hastuti Listyawati, I. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma, III*(1), 62–70.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung The Influence Of Brand Image To Customer Satisfaction A Case Study Of Zara At Pvj Mall Bandung Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis. *Journal Of Management, 3*(2), 1949–1955.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3*(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Istiqomatin, T., Setiadi, A., & Ekowati, T. (2021). Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decisions to Buy Cavendish Banana at Modern Markets in Semarang. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business, 4*(2), 120–132. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.v4i2.16225>
- Lesmana, R., & Dara Ayu, S. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION*.
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah di Surabaya Selatan. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi, 7*(2), 22–30. <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2714>
- Mexi, O., & Juwita, R. (2017). *PENGARUH SERVICE QUALITY , CUSTOMER SATISFACTION , PRODUCT QUALITY DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER RETENTION COFFEE SHOP (Studi Kasus Pelanggan Kopi Pulang Palembang)*. 1–17.
- Mulyadi, D., & Syafitri, A. (2015). *Pengaruh kepemimpinan dan motivasi kerjfile:///D:/Irin Line/materi kampus/TA/jurnal buat TA/jurnal 18.pdf terhadap kinerja karyawan di bank bjb syariah cabang bogor. 11*(2), 33–38.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen), 7*(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Noviani, L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Dalam Melakukan Pembelian Online Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Retail*. <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jumareta/article/view/1284%0Ahttp://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jumareta/article/download/1284/776>
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Pada, P., Di, K. F. C., & Bengkulu, K. (2020). 95 - 107. *15*(1), 95–107.
- Produk, D., & Purna, D. A. N. L. (2012). *JUAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*.
- Quintas, C. M. S. D., & Lestari, T. S. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Rokok Gudang Garam Pada Konsumen Rokok Di Wilayah Penfui. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, 6*(1), 24–38. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v6i1.32>

- Rachmadani, L. D., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh citra rasa dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian mie ayam gubeng kertajaya surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1646–1646.
- Ramayana Munthe, M., & SeriIdahnaita Ginting, R. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan. *Jurnal Teknovasi*, 08(18), 100–118. www.rajaharga.com
- Saraswati, Made Laksmi; Pradhanawati, Ari; Hidayat, W. (2015). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 024, 1–10.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Sari, N. A., & Indriyani, S. (2020). Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(1), 81–92.
- Setiawan, R. B., & Suryani, T. (2015). Citra Merek, Bintang Iklan, Dan Kesadaran Merek: Cukup Kuatkah Dalam Mempengaruhi Intensi Pembelian Kecap Manis Abc Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 177. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.370>
- Tiya, M., Wayan, N. L., & Y, N. N. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Jurusan Manajemen*, 5(1), 26–33. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/21982>
- Wardoyo, M. (2022). *Program magister sains manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas bung hatta 2022*.
- Wenas, R. S. (2016). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Agya Pada Pt.Hasjrat Abadi Cabang Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 154–163.
- Wijaya, A. S. C., Kwanda, T., & Rahardjo, J. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah Dan Apartemen Kelas Menengah Bawah Di Surabaya, Gresik, Dan Sidoarjo. *Dimensi Utama Teknik Sipil*, 5(1), 22–29. <https://doi.org/10.9744/duts.5.1.22-29>