

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh “Negara Asal, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Oppo”. Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *smartphone* Oppo.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *smartphone* Oppo.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *smartphone* Oppo.
4. Negara asal, citra merek dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* Oppo. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan yang kuat pengaruh positif.
5. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli adalah variabel citra merek. Variabel citra merek adalah variabel yang paling kuat dibanding dengan variabel negara asal dan promosi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut :

1. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti dikarenakan kurangnya sikap kepedulian dan keseriusan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada.
2. Peneliti masih belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli terhadap *smartphone* Oppo. Karena hanya menemukan 66,5% dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli, sehingga masih terdapat 33.5% dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti misalnya harga, fitur, kualitas produk dan lain-lain.
3. Pada penelitian ini variabel dependen adalah minat beli (Y), dimana variabel minat beli belum cukup kuat untuk menghasilkan suatu keputusan pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, maka diajukan beberapa saran-saran sebagai berikut:

1. Negara yang bercitra baik dan positif, dapat menciptakan kepercayaan akan produk yang positif pula, dalam penelitian ini negara asal dari produk *smartphone* Oppo memengaruhi minat beli calon konsumen. Diharapkan citra negara asal produk *smartphone* Oppo perlu peningkatan teknologi yaitu dengan cara memperkuat persepsi konsumen bahwa negara asal dari *smartphone* Oppo merupakan negara yang memiliki citra dan penguasaan teknologi yang baik, hal ini mengindikasikan kualitas teknologi asal Cina untuk produk *smartphone* Oppo dianggap bagus dengan spesifikasi

memadai, *feature* lengkap, memiliki daya tahan yang cukup panjang dan *service* untuk konsumen mudah ditemukan.

2. Diharapkan bahwa negara asal dari produk *smartphone* Oppo harus memiliki kreativitas tinggi agar produk tidak kalah saing dengan kompetitor merek lain.
3. Variabel citra merek, untuk perusahaan *smartphone* Oppo disarankan untuk semakin meningkatkan citra produk yang kuat dan unggul dari produk lainnya, karena citra produk yang kuat dapat menimbulkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Salah satu cara meningkatkan citra produk dapat dilakukan dengan meningkatkan spesifikasi produk (fitur) sesuai dengan kebutuhan konsumen, karena dengan fitur yang lebih unggul, konsumen merasa berminat untuk melakukan pembelian, misal seperti pada spesifikasi kamera agar tidak terkalahkan oleh *smartphone* pesaingnya, salah satunya mengembangkan sensor pada kamera yang lebih jernih dan mengembangkan *face beauty* mode pada fitur tambahan kamera. Hal tersebut dapat dilakukan perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
4. Perusahaan *smartphone* Oppo disarankan untuk semakin meningkatkan promosi, seperti hal pelayanan harus mementingkan kepuasan calon konsumen dengan cara komunikatif dalam menjelaskan produk, bersikap ramah, dan tahu apa yang diinginkan calon konsumen. Diharapkan juga Oppo untuk lebih meningkatkan promosi iklan, cara meningkatkan promosi berupa iklan dengan menggunakan bintang iklan yang terkenal seperti

Blackpink atau lainnya. Selain itu produk harus memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan produk lain, tidak hanya dengan pemberian bonus softcase dan antigores namun bisa dari segi produk seperti menciptakan desain warna yang mewah, elegant, dan *limited edition* agar calon konsumen ingin memiliki produk *smartphone* Oppo.

5. Perusahaan *smartphone* Oppo diharapkan selalu menghadirkan inovasi-inovasi terbaru supaya dapat menempatkan *smartphone* Oppo sebagai pilihan utama konsumen.
6. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya variabel independen adalah minat beli atau perilaku pembelian.