

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan ini memiliki kesimpulan berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan sebagai berikut :

1. *Price* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *intention to buy smartphone*. Temuan tersebut menyatakan pandangan terkait dengan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan, sehingga apabila harga yang ditawarkan *smartphone* Samsung Galaxy A02s terjangkau namun memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dapat meningkatkan minat untuk membeli *smartphone* tersebut.
2. *Brand* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *intention to buy smartphone*. Temuan tersebut menyatakan pandangan terkait dengan merek yang terkenal dan memiliki reputasi baik, sehingga apabila merek dari *smartphone* Samsung Galaxy A02s dikenal oleh banyak orang serta memiliki reputasi yang baik akan dapat meningkatkan minat untuk membeli *smartphone* tersebut
3. *Product Feature* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *intention to buy smartphone*. Hasil temuan tersebut menyatakan pandangan tentang fitur dari *smartphone* yang mumpuni, sehingga apabila *smartphone* Samsung Galaxy A02s memiliki banyak fitur-fitur yang mumpuni bagi

seseorang, akan dapat meningkatkan minat orang tersebut untuk membeli *smartphone*.

4. *Social Influence* memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap *intention to buy smartphone*. Berdasarkan hasil temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial dapat memberikan pengaruh terhadap minat seseorang dalam membeli *smartphone*, Oleh karena itu pandangan dari lingkungan sosial seperti teman dan kerabat yang memberikan rekomendasi positif terkait *smartphone* Samsung Galaxy A02s akan dapat mempengaruhi minat seseorang dalam membeli *smartphone* tersebut.
5. *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap *intention to buy smartphone*. Berdasarkan hasil temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa ulasan secara *online* dapat memberikan pengaruh terhadap minat seseorang dalam membeli *smartphone*. Oleh karena itu apabila seseorang memiliki pandangan untuk membaca atau menonton ulasan secara *online* dari konsumen lain yang memberikan ulasan positif dari *smartphone* Samsung Galaxy A02s maka akan dapat mempengaruhi minat seseorang dalam membeli *smartphone*.
6. *Aesthetic* tidak memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap *intention to buy smartphone*, sehingga dapat disimpulkan bahwa estetika dalam segi bentuk, sentuhan, warna, dan lekukan pada *smartphone* Samsung Galaxy A02s tidak mempengaruhi minat seseorang dalam membelinya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, penulis menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari elemen *price*, *brand*, *product feature*, *social influence*, dan *electronic word of mouth* terhadap *intention to buy smartphone* Samsung Galaxy A02s. Sehingga dari temuan tersebut, peneliti dapat memberikan saran yang akan bermanfaat bagi kepentingan perusahaan dan juga kepentingan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Samsung dapat melakukan pembacaan kebutuhan pasar khususnya Indonesia secara lebih baik lagi, dimana pada saat kondisi pandemi yang terjadi membuat daya beli masyarakat menurun, sehingga konsumen lebih mencari *smartphone* dengan harga yang terjangkau, maka Samsung harus dengan cepat merespon kebutuhan konsumen tersebut dengan berfokus untuk membuat dan memasarkan *smartphone* segmen *low-end* mereka secara komperhensif. Samsung juga dapat melihat strategi apa yang dilakukan oleh kompetitor, khususnya dalam kasus di Indonesia adalah produsen *smartphone* asal China. Strategi yang dimaksud disini adalah dengan segmen yang sama, yaitu *low-end*, dengan rentang harga *smartphone* yang sama, yaitu 1 jutaan, kompetitor dapat menawarkan manfaat apa saja kepada konsumennya, Sehingga Samsung sendiri dapat berupaya untuk membuat dan memasarkan *smartphone*, khususnya

smartphone Samsung Galaxy A02s dengan rentang harga yang sama, namun memberikan penawaran manfaat yang lebih dari yang dilakukan oleh kompetitor. Selain itu Samsung juga dapat memberikan potongan harga untuk musim tertentu atau bagi para pelajar yang ingin membeli *smartphone* dengan menunjukkan kartu pelajar mereka.

2. Samsung sendiri sudah memiliki merek yang kuat di seluruh dunia, dikenal sebagai produsen asal Korea Selatan yang dikenal banyak orang, memiliki produk *smartphone* yang berkualitas, dan memiliki reputasi yang baik. Samsung juga dikenal memiliki *smartphone* andalan (*flagship*) mereka yaitu Samsung seri Galaxy S, Galaxy Note, Galaxy Z yang hadir dengan fitur paling canggih untuk menyasar segmen kelas atas, karena ditawarkan dengan harga yang cukup mahal. Namun dilihat Samsung terlalu berfokus membuat dan memasarkan seri *flagship* mereka sehingga tidak melihat bahwa tren pasar *smartphone* di Indonesia berubah pada saat pandemi, dimana *smartphone* dengan segmen *low-end* menjadi incaran masyarakat. Oleh karena itu masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahwa Samsung memiliki *branding smartphone low-end* mereka, khususnya Galaxy A02s, karena di benak masyarakat Indonesia Samsung merupakan produsen *smartphone* kelas atas yang menawarkan harga tinggi, dan produsen asal China lah yang memiliki *smartphone low end* dengan harga terjangkau. Oleh karena itu Samsung dapat menggalakkan promosi mengenai *smartphone low-end* mereka khususnya Galaxy A02s, agar masyarakat lebih mengetahui lagi bahwa Samsung juga

memiliki produk *smartphone* dengan harga terjangkau. Promosi dapat dilakukan dengan membuat *campaign* atau iklan lebih banyak lagi yang bertemakan sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini dimana aktivitas mereka seperti pembelajaran jarak jauh (PJJ) dan work from home (WFH) dengan menggunakan produk dari *smartphone* Samsung Galaxy A02s dapat menunjang kegiatan mereka.

3. Samsung juga dapat memberikan fitur-fitur yang mumpuni pada *smartphone* mereka khususnya Samsung Galaxy A02s. Yang dimaksud dari fitur disini adalah pada segmen *smartphone* yang sama, yaitu *low-end*, Samsung harus mampu menawarkan fitur-fitur yang serupa atau bahkan melebihi kompetitornya sehingga Samsung dapat memiliki *competitive advantage* dari kompetitor khususnya pada Galaxy A02s, seperti memberikan resolusi layar yang tajam, menanamkan chipset yang paling baru untuk mendukung *multi-tasking*, kamera yang memberikan hasil gambar dan video terbaik di banding kompetitor, baterai yang berkapasitas besar, sistem keamanan dengan 2 opsi yaitu sidik jari dan pengenalan wajah, dan fitur pendukung yang berbentuk *software* atau sistem operasi yang tidak dimiliki oleh kompetitor, sehingga konsumen dapat dimanjakan dengan fitur dari *hardware* yang mumpuni, dan juga *software* yang dapat menunjang produktivitas serta memanjakan *user interface* dari penggunanya.
4. Seperti yang kita ketahui, sebagian besar konsumen sekarang ini akan membaca ulasan secara online terlebih dahulu sebelum membeli suatu

produk. Samsung diharapkan memiliki *feedback* yang positif dari para pengguna *smartphone* nya dengan cara selalu memperbaiki kekurangan dari produk dan layanan mereka. Dalam hal ini Samsung harus selalu melihat dan mendengarkan ulasan dari para penggunanya, apakah produk *smartphone* mereka khususnya Samsung Galaxy A02s memiliki kekurangan baik dari segi fitur dan harga, maupun layanan yang diberikan seperti kecepatan dalam melakukan pengiriman apabila pengguna tersebut membeli *smartphone* Samsung Galaxy A02s secara online baik melalui *website* atau *marketplace*. Dengan terus memperbaiki kekurangan-kekurangan tersebut sesuai dengan *feedback* konsumen, maka pengguna akan merasa puas dengan produk Samsung Galaxy A02s dan akan memberikan ulasan positif, sehingga calon konsumen yang membaca ulasan secara online dan menemukan *feedback* yang positif dari konsumen yang sudah pernah membeli produk serupa, akan memiliki minat untuk membeli *smartphone* Samsung Galaxy A02s.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian ini mayoritas dilakukan kepada siswa sekolah, mahasiswa, dan pekerja yang berdomisili di sekitar Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, dan mayoritas berada di Tangerang. Oleh karena itu pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan di wilayah lainnya.
2. Pada penelitian ini juga hanya menggunakan 130 responden sebagai bahan penelitian, maka dari itu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat

mencari jumlah responden yang lebih banyak guna meningkatkan keakuratan dalam pengolahan data dan hasil temuan dari penelitian selanjutnya.

3. Penelitian ini juga dilakukan khusus kepada *smartphone* Samsung Galaxy A02s, dimana masih terdapat banyak produk *smartphone* dari Samsung yang memiliki segmen *low-end* di rentang harga 1 jutaan hingga 2 jutaan. Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian terhadap *smartphone* Samsung yang berada di segmen menengah (*middle-end*), untuk memperkaya penemuan yang dapat menjadi saran bagi perusahaan Samsung Indonesia.
4. Penelitian ini juga hanya menggunakan variabel *aesthetics*, *price*, *brand*, *product feature*, *social influence*, dan *electronic word of mouth* untuk mempengaruhi *intention to buy smartphone*, dimana berdasarkan nilai *R-square*, variabel-variabel tersebut hanya bisa menjelaskan variabel *intention to buy* sebesar 72.1%, maka dari itu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dirasa dapat menjelaskan 27.9% *intention to buy smartphone* sisanya.
5. Pada penelitian ini hanya menggunakan indikator pertanyaan sebanyak 33 indikator. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat memperbanyak indikator pertanyaan menggunakan jurnal-jurnal penelitian pendukung yang sudah ada. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengembangkan pertanyaan dengan lebih baik agar tidak terjadi kesamaan

maksud dari tiap pertanyaan, sehingga responden dapat dengan mudah mengerti maksud dari tiap pertanyaan.

6. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pertanyaan *screening* untuk menyaring responden yang lebih tepat, terutama dalam segi menyaring responden yang benar-benar ingin untuk membeli *smartphone* Samsung Galaxy A02s dan benar-benar mampu untuk membeli di rentang harga yang lebih spesifik, yaitu di rentang Rp. 1.699.000,- hingga Rp. 1.899.000,-.