



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dalam pengaruh antara *country of origin image* dengan *purchase intention*, *product involvement* dengan *information search intention* dan *purchase intention*, *product knowledge* dengan *information search intention* dan *purchase intention*, serta *information search intention* dan *purchase intention* maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Country of Origin Image* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*, di mana hasil dari uji SEM menunjukkan nilai p sebesar 0,172 sehingga nilai $P > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *image* negatif yang dimiliki China (produk tiruan, kurang berkualitas dan mudah rusak) tidak memberi pengaruh terhadap minat responden terhadap produk Xiaomi 'Redmi Note'.
2. *Product involvement* berpengaruh secara positif terhadap *Information Search Intention*, di mana hasil dari uji SEM menunjukkan nilai p sebesar 0,000 sehingga nilai $P > 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Product Involvement* maka mampu meningkatkan *Information Search Intention*.
3. *Product involvement* berpengaruh secara positif terhadap *Purchase Intention*, di mana hasil dari uji SEM menunjukkan nilai p sebesar 0,000 sehingga nilai $P > 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Product Involvement* maka mampu meningkatkan *Purchase Intention*.
4. *Product Knowledge* berpengaruh secara positif terhadap *Information Search Intention*, di mana hasil dari uji SEM menunjukkan nilai p sebesar 0,000 sehingga nilai $P > 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Product Involvement* maka mampu meningkatkan *Information Search Intention*.

5. *Product Knowledge* berpengaruh secara positif terhadap *Purchase Intention*, di mana hasil dari uji SEM menunjukkan nilai p sebesar 0,000 sehingga nilai $P > 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Product Knowledge* maka mampu meningkatkan *Purchase Intention*.
6. *Information Search Intention* berpengaruh secara positif terhadap *Purchase Intention*, di mana hasil dari uji SEM menunjukkan nilai p sebesar 0,000 sehingga nilai $P > 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Information Search Intention* maka mampu meningkatkan *Purchase Intention*.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian, peneliti ingin agar penelitian ini memiliki dampak baik kepada perusahaan agar lebih baik lagi, maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian ini agar hasilnya dapat lebih komprehensif dan mendalam.

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi Xiaomi sebagai berikut:

1. Xiaomi dapat meningkatkan *product involvement* konsumen. Disarankan agar Xiaomi bekerja sama dengan toko *smartphone* lokal seperti *eraphone* sehingga konsumen dapat berinteraksi secara langsung dengan produk-produk Xiaomi. Xiaomi dapat menyediakan *sample* produknya di toko fisik mitra lokal tersebut, serta menyediakan sistem pemesanan *pre order* dalam periode tertentu, sehingga Xiaomi tetap dapat memangkas biaya untuk tetap dapat memproduksi produk berkualitas dengan harga murah. Selain menyediakan sistem *pre order* di toko mitra lokal tersebut, pesanan dapat di ambil di toko fisik agar mengurangi resiko kerusakan

barang pada saat pengiriman. Hal ini diperlukan karena dalam pembelian barang elektronik, khususnya *gadget*, konsumen merasa perlu untuk memiliki pengalaman dalam berinteraksi secara langsung dengan produk sebelum melakukan keputusan pembelian.

2. Sebagai *new comers*, Xiaomi harus meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk-produk yang dihasilkan dengan cara terus meningkatkan kualitas untuk produk-produk selanjutnya terutama untuk kelas *phablet (phone tablet)*. Xiaomi dapat menambahkan fitur *stylus pen* serta aplikasi pendukungnya pada produk Xiaomi 'Redmi Note' selanjutnya. Selain itu Xiaomi dapat memberikan variasi warna pada produk Xiaomi 'Redmi Note' yang saat ini hanya tersedia dalam satu warna saja, dengan menyediakan variasi dengan warna lain, misalnya *solid black*. Fitur lain yang dapat ditingkatkan adalah kamera, karena meskipun Xiaomi 'Redmi Note' dilengkapi dengan spesifikasi dengan kamera belakang 13 MP dan kamera depan 5MP, hasil *capture* yang dihasilkan tidak terlalu istimewa dan tidak jauh berbeda dengan kamera *smartphone* asal China lainnya dengan rentang harga yang sama. Sebaiknya komponen kamera yang dimiliki oleh Xiaomi 'Redmi 1s' dikembangkan dan kemudian diaplikasikan pada produk Xiaomi 'Redmi Note' selanjutnya, karena meskipun kamera yang dimiliki oleh Xiaomi 'Redmi 1s' memiliki spesifikasi yang lebih rendah (kamera 8 MP), Xiaomi 'Redmi 1s' mampu menghasilkan kualitas foto yang lebih baik. Selain itu Xiaomi 'Redmi Note' memiliki permukaan yang licin sehingga kurang nyaman digenggam dan rentan jatuh. Sebaiknya Xiaomi memperbaiki desain permukaan pada bagian belakang *smartphone* dengan material yang tidak licin agar lebih nyaman di genggam, atau untuk menutupi kekurangan tersebut sebaiknya Xiaomi memproduksi *flip cover* Xiaomi 'Redmi Note'.
3. Xiaomi 'Redmi Note' memiliki desain *unibody* yang membuat *user* sulit membuka tutup belakang (*case*) pada perangkat *smartphone* Xiaomi

'Redmi Note'. Sebaiknya Xiaomi mengganti desain tersebut untuk produk Xiaomi 'Redmi Note' selanjutnya agar mempermudah *user* untuk membuka tutup belakang (*case*) pada perangkat Xiaomi 'Redmi Note'. Selain itu Xiaomi 'Redmi Note' memiliki kelemahan pada sektor *software*, di mana *Operating System* yang digunakan masih android 4.2 *Jelly Bean* tanpa diketahui apakah akan mendapat *update* ke versi di atasnya atau tidak. Sebaiknya Xiaomi memperbaiki atau meningkatkan sistem operasi Xiaomi 'Redmi Note' selanjutnya disertai sistem operasi android yang terbaru dengan kelengkapan untuk *update* ke versi yang lebih tinggi.

4. Pengetahuan responden mengenai produk Xiaomi "Redmi Note" masih kurang. Xiaomi sebaiknya menambahkan informasi mengenai fitur-fitur Xiaomi "Redmi Note" secara lebih lengkap dan terperinci di *website* resmi Xiaomi serta di *website* Lazada. Hal lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *product knowledge* adalah dengan menambahkan *video* yang menampilkan secara terperinci *user interface*, serta performa produk Xiaomi "Redmi Note" di *website* resmi Xiaomi. Selain itu Xiaomi dapat mengencarkan promosi mengenai produk dalam bentuk *video commercial* yang menampilkan fitur keseluruhan mengenai produk di twitter, facebook serta *youtube* melalui akun resmi Lazada atau Blibli.com.
5. *Information search intention* konsumen dapat ditingkatkan dengan memperbanyak *flash sale* yang diadakan Lazada dengan harga yang lebih menarik. Informasi mengenai *flash sale* Xiaomi "Redmi Note" di Lazada dapat di *share* di sosial media (twitter, facebook, youtube) melalui akun resmi Lazada. Selain itu Xiaomi dapat bekerja sama dengan *UnboxTherapy* (*channel youtube* yang membahas *gadget* dan teknologi) yang memiliki lebih dari 300.000 *subscribers*. Melalui *channel* ini Xiaomi dapat meningkatkan *product knowledge* responden dengan membahas produk Xiaomi 'Redmi Note' secara detail. Sehingga responden pun akan mengingat informasi tersebut dalam ingatannya secara mendetail.

6. Untuk meningkatkan *purchase intention* melalui peningkatan variabel *information search intention*, sebaiknya Xiaomi bekerja sama dengan tabloid pulsa *online* atau CHIP *online* untuk mengadakan *quiz* dengan hadiah berupa beberapa unit *smartphone* Xiaomi ‘Redmi Note’. *Quiz* dapat dilaksanakan secara *online* melalui jejaring sosial seperti *twitter* dan *facebook*. Informasi mengenai *quiz* dapat disajikan di *website* CHIC *online* Indonesia atau Tabloid Pulsa *online*. Selain itu, sebaiknya Xiaomi melakukan promosi serupa seperti yang dilakukan bersama Lazada (*flash sale*) agar diterapkan pada Blibli.com dalam jangka waktu yang berbeda sehingga ada alternatif lain bagi calon pembeli dalam memperoleh produk dengan harga spesial, selain itu dengan melebarkan promosi pada Blibli.com dapat meningkatkan *product knowledge* mengenai produk Xiaomi “Redmi Note” bagi calon pembeli yang sebelumnya merupakan pelanggan dari Blibli.com

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas penyebaran kuisioner penelitian, karena subjek penelitian ini hanya terbatas pada lingkup mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, serta orang-orang yang berada pada wilayah JABODETABEK. Hal ini disebabkan karena peneliti menggunakan sistem penyebaran secara *offline*. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya menyebarkan kuisioner kepada responden yang tergabung dalam forum *online* seperti kaskus, atau yang tergabung dalam *group* facebook.

2. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya dapat menambah indikator pada variabel dengan batas jumlah yang diperbolehkan dalam melakukan penelitian pada suatu variabel. Variabel yang perlu ditambahkan jumlah indikatornya adalah *Country of Origin Imagedan Purchase Intention*, dapat dilihat dari jurnal Hanzaee & Khosrozadeh (2011)
3. Penelitian selanjutnya dapat menerapkan model dalam penelitian ini pada objek penelitian lain dalam industri *gadget* sejenis seperti Oppo, Lenovo, Asus, dan lainnya.



UMN