

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan diskusi yang telah dijalankan, penelitian ini mencapai kesimpulan yang dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Image Brand tidak memberikan dampak signifikan terhadap niat membeli Samsung Galaxy S24. Hasil tersebut menggambarkan bahwa walaupun merek tersebut dikenal luas dan memiliki reputasi positif, hal tersebut tidak secara otomatis mendorong audiens target untuk melakukan pembelian produk smartphone tersebut.
2. Temuan menunjukkan bahwa Harga Produk berdampak positif pada Niat Pembelian Samsung Galaxy S24. Hal ini menekankan bahwa meskipun harga smartphone Samsung Galaxy S24 dianggap relatif tinggi, nilai yang ditawarkan sesuai dengan kelebihan dan fungsi yang memenuhi kebutuhan pengguna, meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut.
3. Temuan menunjukkan bahwa keberadaan Fitur Produk tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap Niat Pembelian smartphone. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Samsung Galaxy S24 dilengkapi dengan berbagai fitur canggih, faktor ini tidak secara otomatis menggugah keinginan pembelian pada individu. Ini menunjukkan bahwa memiliki fitur lengkap dan canggih pada smartphone seperti Samsung Galaxy S24 tidak selalu menjamin peningkatan keinginan untuk membeli produk tersebut.
4. Temuan menunjukkan bahwa electronic word of mouth berdampak signifikan dan positif terhadap niat beli sebuah smartphone. Hal ini menandakan bahwa ulasan online memiliki kekuatan dalam memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Jadi, jika seorang individu terpapar pada

ulasan online yang positif mengenai smartphone Samsung Galaxy S24 dari pengguna lain, ini cenderung meningkatkan keinginan mereka untuk membeli smartphone tersebut.

5.2 Saran

Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan positif antara Electronic Word of Mouth (EWOM), citra merek, fitur produk, dan harga produk dengan keinginan untuk membeli smartphone Samsung Galaxy S24. Dengan ini, peneliti memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan referensi bagi perusahaan serta sebagai dasar untuk penelitian di masa depan yang terkait dengan topik ini.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Samsung, sebuah merek global yang terkemuka, berakar dari Korea Selatan, dikenal karena produk-produk smartphone berkualitas tinggi dan reputasi yang kukuh. Terutama melalui lini premiumnya, seperti Samsung Galaxy S, Galaxy Note, dan Galaxy Z, Samsung telah menetapkan standar dalam teknologi terdepan yang ditujukan untuk pasar kelas atas dengan harga yang cenderung tinggi. Dalam strategi pemasarannya, Samsung tampaknya lebih fokus pada lini flagship ini, namun belum sepenuhnya memperhatikan pergeseran tren pasar, terutama di Indonesia selama masa pandemi, di mana permintaan akan smartphone dari segmen yang lebih baru dan terjangkau meningkat. Hal ini mengakibatkan kurangnya kesadaran di antara konsumen terhadap produk terbaru Samsung, seperti Galaxy S24, yang sebenarnya ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau. Oleh karena itu, sangat penting bagi Samsung untuk meningkatkan promosi seputar Galaxy S24 guna meningkatkan kesadaran dan penerimaan pasar terhadap pilihan smartphone yang lebih terjangkau ini.
2. Samsung perlu menonjolkan fitur-fitur unggulan pada lini Galaxy S24 mereka, terutama karena bersaing di segmen flagship. Ini mencakup upaya untuk melebihi atau minimal menyamai apa yang ditawarkan oleh pesaing, dengan memberikan layar berkualitas superior, chipset terbaru untuk

kinerja multi-tasking yang lebih baik, kamera dengan kualitas gambar dan video yang unggul, kapasitas baterai yang lebih besar, serta sistem keamanan yang mencakup opsi pengenalan sidik jari dan wajah. Di samping itu, fitur-fitur khusus dapat ditambahkan melalui software atau sistem operasi yang eksklusif, memberikan keunggulan yang membedakan dari pesaing, sehingga pengguna dapat merasakan kombinasi kemewahan dari hardware kuat dan software yang meningkatkan produktivitas serta pengalaman pengguna.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian ini terfokus pada partisipan yang terdiri dari mahasiswa serta pekerja yang tinggal di sekitar Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, dengan mayoritas berasal dari Tangerang. Meningkatkan cakupan penelitian di wilayah lain, tidak terbatas hanya di wilayah Tangerang sangat direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya.
2. Dalam konteks penelitian ini, sebanyak 170 partisipan dari berbagai wilayah, terutama Tangerang, telah dimasukkan sebagai subjek studi. Oleh karena itu, guna meningkatkan validitas dan ketepatan hasil penelitian berikutnya, sangat direkomendasikan untuk menargetkan jumlah sampel yang lebih besar. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kedalaman analisis data serta mengenalkan penemuan yang lebih kaya dalam penelitian mendatang.
3. Penelitian ini memusatkan perhatian pada Samsung Galaxy S24, produk terbaru yang dikeluarkan oleh Samsung dengan target konsumen berupa masyarakat atau pembeli kalangan menengah ke atas. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan model Samsung yang tidak terlalu baru atau setidaknya model sebelumnya, yang mungkin memiliki basis pengguna yang lebih besar dan lebih dikenal oleh masyarakat.
4. Penelitian ini terbatas pada penggunaan 20 indikator dalam survei yang dilakukan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti

memperluas jumlah indikator dengan mengacu pada literatur penelitian yang relevan. Diinginkan juga peningkatan dalam perancangan pertanyaan untuk menghindari pengulangan, memastikan kejelasan setiap pertanyaan, serta memudahkan pemahaman responden tanpa menimbulkan kebingungan terkait tujuan dari setiap pertanyaan.

5. Untuk penelitian yang akan datang, diperlukan implementasi pertanyaan penyaringan yang lebih cermat untuk mengidentifikasi responden yang tepat. Secara khusus, perlu difokuskan pada individu yang menunjukkan minat yang nyata dalam pembelian Samsung Galaxy S24 dan memiliki kemampuan finansial untuk membeli dalam kisaran harga Rp15.000.000 hingga Rp20.000.000, yang umumnya mencakup pembeli atau calon pembeli dari kategori smartphone flagship.

