

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil analisis data penelitian yang telah dijelaskan di BAB IV, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Fitur pada produk iphone berada pada kriteria baik dengan hasil rata-rata skor yang didapatkan sebesar 369. Skor terendah yaitu pada pernyataan Produk iphone memiliki fitur yang lengkap, dengan skor 356. Adapun skor tertinggi yaitu pada pernyataan Iphone memiliki inovasi fitur yang tidak dimiliki produk lain, dengan skor yang diberikan yaitu 383
- 2) Promosi pada produk iphone juga berada pada kriteria baik dengan hasil rata-rata skor sebesar 407. Skor terendah yaitu pada pernyataan mengikuti akun sosial media apple untuk mengetahui perkembangan produk iphone, dengan skor 391. Adapun skor tertinggi yaitu pada pernyataan sering melihat iklan tentang produk iphone, dengan skor yang diberikan yaitu 416
- 3) Keputusan pembelian pada produk iphone mendapatkan skor pada kriteria baik dengan rata-rata sebesar 392. Skor terendah yaitu pada pernyataan membeli beberapa produk iphone ketika ada promosi yang menarik, dengan skor 383. Adapun skor tertinggi yaitu pada pernyataan membeli produk iphone ketika sedang membutuhkan sebuah ponsel, dengan skor yang diberikan yaitu 405 .
- 4) Secara parsial fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,819 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,495. Artinya variabel fitur produk secara positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk iphone.
- 5) Secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,763 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$), dan koefisien regresi

mempunyai nilai positif sebesar 0,292. Artinya variabel fitur produk secara positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk iphone.

- 6) Secara simultan variabel fitur produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F dengan hasil nilai F hitung sebesar 13,429 dengan signifikansi bernilai $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Perusahaan Apple harus mencari inovasi yang membawa manfaat nyata bagi pengguna. Fitur baru harus memberikan solusi atau peningkatan signifikan dalam cara pengguna menggunakan produk iphone. Fitur-fitur harus dirancang dengan fokus pada kegunaan dan kemudahan penggunaan. Pengguna harus dapat dengan mudah memahami dan menggunakan fitur tersebut tanpa perlu bantuan tambahan. Ketika memperkenalkan fitur baru, pastikan untuk mengomunikasikan manfaatnya dengan jelas kepada pengguna. pengguna perlu memahami bagaimana fitur tersebut dapat meningkatkan pengalaman mereka dengan produk.
2. Perusahaan Apple harus memfokuskan promosi pada keunggulan utama produk iphone, seperti inovasi terbaru, kualitas kamera yang unggul, desain yang elegan, dan performa yang cepat. Jelaskan bagaimana fitur-fitur ini akan memberikan manfaat nyata bagi pengguna dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu manfaatkan platform media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan pengguna potensial. Gunakan konten menarik seperti video singkat, teaser, dan unboxing untuk menarik minat konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam penelitian selanjutnya seperti wawancara mendalam kepada responden. Menggunakan alat analisis yang berbeda serta melakukan penelitian dengan variabel penelitian lain yang berbeda dari penelitian ini

sebagaimana diketahui masih terdapat banyak variabel lainya yang belum diketahui.

