

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berlandaskan hasil analisis data dan perdebatan yang terjadi dalam penelitian ini, berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Samsung oleh pelanggan di Kota Batam. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan Samsung kepada pelanggan berbanding lurus dengan kemungkinan konsumen melakukan pembelian.
2. Aspek lain yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen adalah niat konsumen untuk melakukan pembelian. Implikasinya, seiring meningkatnya keinginan pelanggan untuk memiliki suatu produk akibat meningkatnya minat, referensi, dan preferensi terhadap suatu produk, keputusan mereka untuk membeli produk tersebut juga meningkat.
3. Pemanfaatan pemasaran digital memberikan dampak positif dan substansial terhadap penilaian pembelian. Konsumen di Kota Batam telah melaporkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan Samsung, terutama melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, telah bermanfaat dalam mengubah pandangan mereka dan memotivasi mereka untuk melakukan pembelian.
4. Secara keseluruhan, kualitas produk, tujuan pembelian konsumen, dan pemanfaatan pemasaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Samsung oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga faktor

5. tersebut saling melengkapi dan berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumen.

5.2 Saran

Berlandaskan hasil penelitian dan simpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran berikut:

1. Untuk Perusahaan Samsung

Diperlukan peningkatan dan inovasi berkelanjutan dalam kualitas produk, terutama dalam hal keandalan dan ketahanan, karena indikator tersebut masih mendapat nilai lebih rendah dibanding desain atau estetika.

Perlu memaksimalkan penggunaan platform digital yang memiliki engagement tinggi seperti TikTok dengan konten yang lebih edukatif, interaktif, dan sesuai gaya komunikasi generasi muda.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian selanjutnya, dimungkinkan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan produsen ponsel lain, seperti Oppo, Vivo, atau Xiaomi, guna membandingkan dan menyelidiki variasi pengaruh faktor yang sama.

Disarankan untuk memasukkan variabel tambahan, seperti citra merek, harga, atau rekomendasi dari mulut ke mulut, agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keputusan pembelian.