

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi linier sederhana yang dilaksanakan mengenai pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian *smartphone BlackBerry*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1). Dari tanggapan responden terhadap fitur produk sudah menarik, dari persepsi responden terhadap fitur produk pada indikator kelengkapan fitur *BlackBerry messenger* sudah baik, bahkan mampu mengungguli pada sistem operasi lain, penerapan teknologi *push to mail* juga sangat menjadi acuan konsumen untuk memilih *BlackBerry* sebagai asisten pribadinya. Untuk indikator kelengkapan fitur ini mendapat nilai tertinggi. Hal ini karena perusahaan RIM dalam menerapkan fitur pada *smartphone BlackBerrynya* mengutamakan kelengkapan fitur, yang dapat digunakan untuk membantu segala aktifitas penggunaannya. Sedangkan untuk perolehan skor yang paling rendah terdapat pada indikator kualitas fitur dengan ukuran tingkat kecepatan sistem operasi dari *BlackBerry*, hal ini dikarenakan lengkapnya fitur yang terdapat pada *BlackBerry* tidak diimbangi dengan spesifikasi baik yang dirasakan oleh konsumennya. Fitur produk yang ditawarkan oleh *BlackBerry* tergolong baik, dilihat dari banyaknya fitur, kemudahan penggunaan fitur, kenyamanan penggunaan

fitur, dan daya tarik keragaman tipe *BlackBerry* yang cukup bervariasi. Maka hal tersebut menjadikan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian *smartphone BlackBerry*.

- 2). Keputusan pembelian produk *BlackBerry* mendapat skor terendah yaitu pada indikator *brand choice* dan *dealer*, yaitu pemilihan atas merek *BlackBerry* yang dirasa responden kurang menarik minat, karena klaim *service* dan garansi memerlukan proses yang cukup rumit, dalam hal ini solusi untuk perusahaan ialah harus lebih meyakinkan konsumennya bahwa produk *BlackBerry* mereka jika mengalami kerusakan, langsung dibawa ke *service center* resmi, yang harus segera diproses oleh pihak perusahaan agar dapat mendapatkan nilai positif dari konsumen, pihak perusahaan pun harus memiliki komitmen yang baik dan terpercaya dalam hal *aftersales service* kepada setiap konsumen produk *BlackBerry*nya.
- 3). Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian *BlackBerry* pada forum komunitas pengguna *BlackBerry* Indonesia (Berryindo.com), diperoleh kesimpulan bahwa fitur produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *BlackBerry*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan fitur produk dengan keputusan pembelian *BlackBerry* pada komunitas pengguna *BlackBerry* Indonesia (Berryindo.com) pada kategori tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian menyatakan bahwa penerapan fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone BlackBerry*, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan RIM selaku produsen *smartphone BlackBerry* untuk dapat meningkatkan kualitas Fitur produknya, terutama pada sisi perangkat keras ataupun sistem operasi (perangkat lunak), karena pada penelitian ini, responden menanggapi bahwa pada indikator kualitas fitur terutama pada tingkatan ukuran tingkat kecepatan sistem operasi *BlackBerry* menunjukkan skor terendah yaitu sebesar 312.

Berdasarkan hasil penelitian perusahaan RIM harus meningkatkan pelayanan dan kemudahan dalam pengajuan *service* garansi , karena responden menanggapi indikator *Dealer* dengan tingkat ukuran tingkat keputusan pembelian *BlackBerry* berdasarkan kemudahan pengajuan *service* garansi, menunjukkan skor terendah yaitu sebesar 341. Perusahaan lebih meyakinkan konsumen-nya bahwa produk *BlackBerry* mereka jika mengalami kerusakan, langsung dibawa ke *service center* resmi, yang harus segera diproses oleh pihak perusahaan agar dapat mendapatkan nilai positif dari konsumen.

Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti variabel fitur produk yang mempengaruhi keputusan pembelian. masih banyak variabel lain yang secara teoritis dapat mempengaruhi keputusan pembelian. hal tersebut diperlukan adanya penelitian lebih lanjut terhadap variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti oleh penulis.

Berdasarkan saran diatas sekiranya dapat memberikan masukan yang baik bagi perusahaan RIM agar menjadi pertimbangan kebijakan perusahaan selanjutnya, selain itu perusahaan RIM bisa membandingkan hasil penelitian ini dengan hasil penelitian sebelumnya.