

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap *followers* Instagram @oppoindonesia mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran variabel harga pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X berada pada kategori harga yang murah. Dengan kata lain, 100 orang responden menganggap bahwa variabel harga pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X sudah berada pada kategori murah dan terjangkau untuk dibeli. Indikator yang berpengaruh terhadap harga pada *smartphone* Oppo seri F, R dan X ada empat yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing dan kesesuaian harga dengan manfaat. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk, hal tersebut dapat diartikan bahwa antara harga yang dipasarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang konsumen dapatkan ketika konsumen menggunakan *smartphone* Oppo seri F, R dan X. Sedangkan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator daya saing, hal ini dapat diartikan bahwa harga *smartphone* Oppo seri F, R dan X masih belum kompetitif dipasaran dengan kompetitor lainnya, hal tersebut didukung dengan kondisi di pasaran penjualan *smartphone* yang saat ini banyak kompetitor lain yang dapat memberikan harga yang lebih kompetitif dipasaran dengan spesifikasi produk yang lebih unggul bahkan setara dengan spesifikasi pada *brand* ternama lainnya yang sudah lebih dahulu ada dipasaran.
2. Hal yang menjadi pertimbangan ketika konsumen melakukan keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X didasari oleh enam indikator yaitu *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase amount*, *purchase timing* dan *payment method*. Unsur yang responden pertimbangkan ketika memutuskan untuk membeli *smartphone* Oppo seri F, R dan X adalah

dealer choice, brand choice, payment method, purchase timing, product choice, dan purchase amount.

3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo seri F, R dan X berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis korelasi dan regresi linear sederhana diperoleh kesimpulan bahwa antara variabel harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga dapat diketahui bahwa keputusan pembelian pada *smartphone* Oppo seri F, R dan X dipengaruhi salah satunya oleh faktor harga.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil-hasil pengujian yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X berada dalam kategori tinggi/kuat, sehingga hal tersebut berimplikasi terhadap proses penjualan *smartphone* Oppo seri F, R dan X. Oppo perlu memperhatikan kembali faktor harga dalam melakukan penjualannya agar dapat semakin memberikan harga yang lebih kompetitif dengan kualitas yang baik, sehingga dapat semakin bisa bersaing di pasar teknologi.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan solusi dari berbagai permasalahan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan *smartphone* Oppo ataupun penelitian selanjutnya.

1. Dalam penentuan harga, Oppo harus bisa menyesuaikan dengan pasar antara harga dengan kualitas yang konsumen dapatkan. Hal tersebut karena dalam penelitian ini ditemukan dalam variabel harga, indikator daya saing bahwa harga *smartphone* Oppo seri F, R dan X masih belum kompetitif bila dibandingkan dengan kompetitor lain. Banyak responden yang mengharapkan harga *smartphone* Oppo dapat lebih terjangkau khususnya pada kelas *low end*, namun tetap mempertimbangkan kualitas yang baik.

2. Pada sisi produk, *smartphone* Oppo harus bisa lebih meningkatkan kualitasnya. Hal tersebut karena dalam penelitian ini ditemukan dalam variabel keputusan pembelian, indikator *purchase amount* dalam pengukuran *repeat order*, tingkat rata-rata responden melakukan *repeat order* sangatlah rendah. Dalam artian, konsumen belum merasakan kepuasan ketika menggunakan *smartphone* Oppo seri F, R dan X (*purchase experience*) dan malah ingin berpindah dan mencoba *brand* dari kompetitor lain. Hal ini dapat disebabkan oleh kualitas kamera yang hanya mengandalkan kamera depan saja namun kualitas kamera belakang tidak terlalu diperhatikan, *upgrade* seri android dan seri *handphone* yang lama dan diharapkan dapat melakukan *upgrade* secara berkala, kualitas desain yang rentan akan benturan pada *body smartphone* dan LCD yang mudah retak maka diharapkan mengikuti perkembangan zaman seperti anti air, tidak mudah tergores dan LCD yang kuat tahan banting, fitur yang diharapkan konsumen semakin beragam, diharapkan *smartphone* Oppo mengeluarkan berbagai seri untuk *gaming*, mengeluarkan berbagai lini produk lainnya seperti jam tangan, power bank, dan berbagai lini produk teknologi lainnya yang dapat menunjang berbagai aktivitas konsumen dengan mudah. Lalu konsumen mengharapkan agar *smartphone* Oppo dapat terus berinovasi mengikuti zaman dan menjadi *leader* pada setiap *upgrade* teknologi agar semakin bisa bersaing dengan kompetitor lainnya.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian dilakukan mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X yang tidak diteliti pada penelitian ini. Faktor-faktor tersebut seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, *brand image*, kepercayaan konsumen terhadap produk, *purchase experience*, daya saing dan berbagai faktor lainnya yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk *smartphone*. Hal tersebut dilakukan agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan komprehensif mengenai keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X.