

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari hasil pembahasan tentang hubungan rasionalitas dan anggaran dengan preferensi konsumen *smartphone* merek *Blackberry*, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil gambaran preferensi konsumen *smartphone* merek *Blackberry* dapat diketahui bahwa rata-rata konsumen memilih *smartphone* merek *Blackberry* karena harga yang ditawarkan *smartphone* merek *Blackberry* terjangkau. Selanjutnya dari hasil analisis kontinum menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap preferensi *smartphone* merek *Blackberry* menunjukkan kategori tinggi dan berdasarkan hasil analisa *crosstab* dapat diketahui bahwa konsumen yang memilih *smartphone* merek *Blackberry* lebih banyak ditunjukkan perempuan yang berusia 26 – 35 tahun dengan tingkat pendidikan S1 sedangkan jika dilihat dari pekerjaan lebih banyak responden yang bekerja sebagai pegawai swasta.
2. Berdasarkan hasil gambaran rasionalitas pada pemilihan *smartphone* merek *Blackberry* dapat diketahui bahwa rata-rata konsumen memilih *smartphone* merek *Blackberry* karena adanya manfaat dari fitur *Blackberry Messenger* (BBM). Selanjutnya dari hasil analisis kontinum menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap rasionalitas pada preferensi *smartphone* merek *Blackberry* menunjukkan kategori tinggi dan berdasarkan hasil analisa *crosstab* dapat diketahui bahwa baik konsumen yang berperilaku rasional ataupun tidak rasional dalam pemilihan *smartphone* merek *Blackberry* lebih banyak ditunjukkan perempuan yang berusia 26 – 35 tahun dengan tingkat pendidikan S1 sedangkan jika dilihat dari pekerjaan lebih banyak responden yang bekerja sebagai pegawai swasta.

3. Berdasarkan hasil gambaran anggaran dan juga hasil analisa *crosstab* pada pemilihan *smartphone* merek *Blackberry* dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata anggaran yang dikeluarkan konsumen untuk membeli *smartphone* merek *Blackberry* termasuk pada kategori sedang dan dilihat dari jenis kelamin lebih banyak perempuan yang berusia 26 – 35 tahun dengan tingkat pendidikan S1 sedangkan jika dilihat dari pekerjaan lebih banyak responden yang bekerja sebagai pegawai swasta.
4. Rasionalitas dengan Preferensi Konsumen *smartphone* merek *Blackberry* menunjukkan adanya korelasi atau hubungan, artinya semakin tinggi rasionalitas maka preferensi konsumen akan semakin konsisten. Dimana apabila konsumen rasional maka ia sudah memiliki preferensi yang jelas atau konsisten.
5. Anggaran dengan Preferensi Konsumen *smartphone* merek *Blackberry* menunjukkan tidak adanya korelasi atau hubungan.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memilih *smartphone* yang disesuaikan dengan kebutuhan. Artinya memilih *smartphone* jangan hanya karena keinginan atau ikut-ikutan tetapi memilih *smartphone* yang memiliki fitur-fitur yang dapat membantu anda dalam bekerja.
2. Sebelum membeli *smartphone* sebaiknya anda mengetahui informasi mengenai *smartphone* yang akan anda beli seperti kualitas, daya tahan, fitur, harga dan lain-lain, sehingga anda tidak akan salah pilih.
3. Sesuaikan kondisi keuangan anda untuk pembelian *smartphone*, jangan sampai anda memaksakan diri membeli *smartphone* yang harganya tidak sanggup anda bayar.
4. Tidak terpengaruh dengan diskon yang dilakukan penjual, anda harus bisa menyesuaikan dengan kebutuhan anda.

Karlinasari Megawati, 2014

Hubungan Rasionalitas dan Anggaran dengan Preferensi Konsumen Smartphone Merek Blackberry

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5. Bagi peneliti selanjutnya memasukan model anggaran sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan dengan preferensi konsumen.

