

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari analisa yang telah dilaksanakan oleh peneliti baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan.

1. Variabel Citra Negara Asal secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Konsumen *Apple smartphone* di Surabaya.
2. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Konsumen *Apple smartphone* di Surabaya.
3. Variabel Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Konsumen *Apple smartphone* di Surabaya.
4. Variabel Citra Negara Asal, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Konsumen *Apple smartphone* di Surabaya

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Peneliti merasa sulit mencari responden di tempat yang telah ditetapkan sebagai wilayah penelitian sehingga pada akhirnya peneliti lebih banyak menggunakan data dari responden yang diambil secara *online* melalui *google forms*.

2. Peneliti tidak dapat mendampingi responden ketika mengisi kuesioner sehingga responden tidak dapat bertanya apabila terdapat pernyataan yang kurang dimengerti dan mengakibatkan jawaban yang tidak sesuai.

### 5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan *Apple* sebaiknya lebih memperkenalkan negara asal produk *Apple* dibuat terutama pada sektor industri, perkembangan teknologi dan kualitas produk yang dihasilkan agar memperkuat persepsi konsumen bahwa negara asal dari *Apple smartphone* merupakan negara yang memiliki citra baik, hal tersebut dapat dilakukan dengan promosi melalui iklan di media cetak, internet maupun televisi.
2. Bagi perusahaan *Apple smartphone* sebaiknya lebih berfokus untuk meningkatkan performa produk terutama pada kapasitas dan daya tahan baterai yang dirasa masih kurang dan agar dapat bersaing dengan produk *smartphone* lain yang saat ini mulai menggunakan baterai dengan kapasitas besar sehingga dapat bertahan lama saat pemakaian sehari-hari.
3. Bagi perusahaan *Apple smartphone* sebaiknya lebih banyak mengadakan event untuk memberikan harga promo di *Apple store* resmi yang berada di

Surabaya setiap kali mengeluarkan produk baru sehingga dapat menciptakan dan membangun minat beli konsumen untuk produk *Apple smartphone*.

4. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengambil tema sejenis, maka sebaiknya menambah variabel bebas dan subyek penelitian yang lebih banyak seperti yang terdapat pada jurnal yang menjadi acuan pada penelitian ini yaitu keakraban merek, iklan, fitur produk, dan pengaruh sosial sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik dan mendalam tentang apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen *Apple smartphone* di Indonesia.
5. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden dan mendampingi responden dalam pengisian kuesioner agar hasil atau tanggapan responden sesuai dengan pertanyaan ataupun pernyataan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Sulthoni. 2015, Mei. *Tips Ciamik*. Diambil kembali dari Ponsel Pertama di Beberapa Merek Dagang Dunia: <http://www.tipsciamik.com/2015/05/ponsel-pertama-dari-beberapa-merek.html>
- Zaenal Arifin. 2012. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Reza S. A. 2015. Analisis Pengaruh Merek dan Negara Asal (Country of Origin) terhadap Sikap Konsumen dalam Memilih Produk Handphone . *Naskah Pulikasi Karya Ilmiah*, 1-11.
- Author, S. 2014, Mei 9. *Teknologi Smartphone pada Perkembangan Layanan Bisnis di Indonesia*. Diambil kembali dari Sentra Ponsel: <http://www.sentraponsel.com/Teknologi-Smartphone-Pada-Perkembangan-Layanan-Bisnis-di-Indonesia>
- Saifuddin Azwar. 2011. *Reliabilitas dan Validitas, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Christina Sagala, Mila Destriani, Ulffa Karina Putri, Suresh Kumar. 2014. Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fasfood Sector: A Survey on University Student in Jabodetabek. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol. 4 No. 1, 1-7.
- Deepika Ganlari, Pradeep Kr. Deka and Chandan Dutta. 2016. A Study on Consumer Buying Behavior of Mobile Phones. *Journal of Management in Practice*, Vol.1 No.1, 1-26.
- Diyah Tulipa, Ninuk Muljani. 2015. The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6 No.5, 64-70.
- Editor, P. 2012, Januari 11. *Plimbi*. Diambil kembali dari Handphone Pertama di Dunia: <http://www.plimbi.com/news/5073/handphone-pertama>
- Fandi Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Hermansyah, F. D. 2012, Februari 20. *Sejarah Handpgone dan Perkembangannya*. Diambil kembali dari Teknologi-Mu: <http://teknologi-mu.blogspot.co.id/2012/09/sejarah-handphone-dan-perkembangannya.html>
- IDC Research. 2016, April 27. Diambil kembali dari International Data Corporation: <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS41216716>

- Iwan Kurniawan, Suryono Budi Santoso, Bambang Munas Dwiyanto. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 20-28.
- Khan, I., Ghauri, T. and Majeed, S. 2012. Impact of Brand Related Attributes on Purchase Intention of Customers, A Study About The Customers of Punjab, Pakistan. *interdisciplinary journal of contemporary*, Vol.4 No.3, 50-62.
- Kotler, K. L. 2011. *Marketing Manajemen, Edisi 13*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Listiana, E. 2013. Pengaruh Country of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. Vol.8 No.1, 22-47.
- \_\_\_\_\_, 2014. Pengaruh Country of Brand dan Country of Origin terhadap Asosiasi Merek (Studi Pelanggan Produk Elektronik). *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol.29 No.1, 1-14.
- Malhotra, N. K. 2009. *Riset Pemasaran* (Edisi Keempat, Jilid 1 ed.). PT. Indeks: Jakarta.
- Mohammad Hartono R.A.P dan Sri setyo Iriani. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2, Vol. 2 No.2, 687-699.
- Nor Sara Nadia Muhamad Yunus, Wan Edura Wan Rashid. 2015. The Influence of Country-of-Origin on Consumer Purchase Intention: The Mobile Phones Brand from China. *Procedia Economic and Science*, 343-349.
- Parekh, S. R. 2012. The Impact of National Apparel Brand Attributes on Customer Purchase Intention. *SIES Journal of Management*, 1-96.
- Permana, M. S. 2014. Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pembelian Notebook Lenovo. *Jurnal Manajemen*, Vol. XVIII, 365-380.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Poltak, S. L. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Edisi 1*. Graha Ilmu.
- Ridwan, A. N. 2015, Januari 28. *Perkembangan Handphone ke Smartphone*. Diambil kembali dari Pricebook:

[http://www.pricebook.co.id/forumdetail/discussion/708/cid-40\\_cid-41\\_bid-144\\_bid-5\\_bid-92](http://www.pricebook.co.id/forumdetail/discussion/708/cid-40_cid-41_bid-144_bid-5_bid-92)

Rizky Leonny Putri, Dra. Fajrianti, M.Psi. 2012. Pengaruh Reputasi Negara Asal (Country of Origin Reputation) terhadap Kepercayaan (Trust) pada Pembeli Produk Elektronik Merek Changhong China. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Vol.01 No.02*, 63-70.

Siregar, S. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Tanzila, Ali Akbar Sohail, Nazish Tanveer. 2015. Purchase Intention of Smartphone among University Students in Pakistan. *The International Journal of Business and Management*, Vol.3 No.1, 34-40.

