

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Peneliti melakukan kesimpulan berdasarkan isi dari bab diatas yaitu:

- a. Harga berdampak signifikan kepada niat pembelian. Dari hasil data penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ayodele *et al.*, 2016; Calvo-porrall, 2017; Erdil, 2015; Tong & Su, 2018; Tran, 2018; Zahid & Dastane, 2016).
- b. Citra merek berpengaruh signifikan kepada niat pembelian. Dari hasil data penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ayodele *et al.*, 2016; Chen *et al.*, 2018; Irwan *et al.*, 2016; Rahim *et al.*, 2016; Sujata *et al.*, 2016; Taivanjargal *et al.*, 2018; Tee *et al.*, 2015; Tran, 2018; Wong, 2019).
- c. Desain produk berdampak signifikan kepada niat pembelian. Dari hasil data penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ahmed, 2018; Gilal *et al.*, 2018).
- d. Kualitas tidak berpengaruh signifikan kepada niat pembelian. Dari hasil data penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lee *et al.*, 2017).
- e. Fitur berpengaruh signifikan kepada niat pembelian. Dari hasil data penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tran (Ayodele *et al.*, 2016; Rahim *et al.*, 2016; Sujata *et al.*, 2016; Taivanjargal *et al.*, 2018; Tran, 2018).

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan penulis waktu melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil angka R^2 atau uji koefisien determinasi merupakan 0,057 atau 5,7% yang berarti penilaian *goodness of fit* model regresi dalam menjelaskan variabel dependen rendah.
2. Pengaruh desain produk terhadap niat pembelian masih sulit ditemukan sebagai jurnal pendukung.
3. Pengaruh fitur terhadap niat pembelian masih sulit ditemukan sebagai jurnal pendukung.

5.3 Saran

1. Harga berpengaruh positif terhadap niat pembelian sehingga perusahaan manufaktur atau perusahaan brand ponsel pintar dapat lebih mengukur keinginan pelanggan yang berpenghasilan rendah.
2. Citra merek berpengaruh positif terhadap niat pembelian sehingga sebelum melanjutkan produksi ponsel pintar perusahaan sebaiknya lebih mendorong nilai merek terdahulu, ini bias membantu perusahaan mencapai keinginan yang diinginkan.
3. Desain produk berpengaruh positif terhadap niat pembelian sehingga perusahaan manufaktur ponsel pintar bisa lebih teliti dalam mendesain produk sesuai keinginan pelanggan masing-masing.
4. Fitur produk berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian sehingga setiap pengeluaran produk baru dari perusahaan ponsel pintar, harus memiliki fitur-fitur baru yang akan membuat niat pembelian pelanggan tinggi.