

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli smartphone Iphone di PSTORE Jakarta. Mengacu pada data yang telah diolah serta pembahasan disertai teori dan konsep yang mendukung penelitian ini pada bab sebelumnya, peneliti menarik beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Berikut jawaban penelitian ini:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya semakin meningkatnya promosi yang dilakukan PSTORE terhadap konsumen seperti melakukan promosi dengan memberikan potongan harga (*discount*) dan *flashsale* disetiap pembelian produk terbarunya secara langsung di store maupun dimedia sosial misalnya *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook* dan lain sebagainya maka hal tersebut akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli smartphone Iphone di PSTORE Jakarta.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan kepada konsumen, seperti memberikan klaim garansi perbaikan apabila terjadi kerusakan, Iphone yang ditawarkan juga memiliki daya tahan yang lama dan tidak mudah rusak (*error*), model dan variasi produk smartphone iphone yang tersedia juga sudah sesuai dengan harapan konsumen. Namun, hal tersebut tidak cukup signifikan untuk memengaruhi minat konsumen untuk membeli Smartphone Iphone di PSTORE Jakarta.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya semakin baik persepsi konsumen terhadap harga produk, misalnya harga yang ditawarkan dianggap terjangkau, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang dirasakan, dan daya saing harga dianggap lebih ekonomis dibandingkan perusahaan sejenis. Maka, akan meningkatkan minat konsumen dalam membeli smartphone Iphone di PSTORE Jakarta.

B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti dapat mengajukan beberapa saran untuk pengembangan penelitian dan pertimbangan perusahaan seperti:

1. Promosi

Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan tanggapan tertinggi untuk indikator media promosi dimana PSTORE mempromosikan *smartphone* *iphone* di *instagram*, *tiktok*, *facebook*, dan secara langsung di store dianggap sudah tepat untuk meningkatkan minat beli di PSTORE. Sedangkan responden yang memberikan tanggapan terendah mengenai indikator pesan promosi dimana konsumen merasa informasi dari promosi yang diciptakan PSTORE kepada konsumen tidak mendorong konsumen tertarik untuk membeli, dimana PSTORE hanya menonjolkan harga yang murah tanpa dibarengi dengan informasi mengenai kualitas produk yang dimilikinya. Oleh karena itu, PSTORE harus menyeimbangkan antara promosi harga dengan kualitas *smartphone* *iphone* yang ditawarkannya dengan memberikan informasi yang berkaitan dengan produk atau fitur yang baru untuk memberikan rasa aman dari ketakutan dan kekhawatiran para konsumen. serta dapat memberikan penjelasan cara pemakaian, perubahan harga pasar, cara kerja produk, menjelaskan kemudahan klaim garansi setelah pembelian, dan meluruskan hal – hal yang berkesan keliru.

2. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan tanggapan tertinggi mengenai indikator ketahanan dimana *smartphone* *Iphone* yang ditawarkan PSTORE dianggap memiliki kualitas produk yang baik dengan daya tahan yang lama dan tidak mudah rusak (*error*). Sedangkan responden memberikan tanggapan terendah mengenai indikator kemudahan perbaikan berupa klaim garansi apabila terjadi kerusakan terhadap *smartphone* *iphone* di PSTORE. Oleh karena itu, dalam meningkatkan minat beli konsumen PSTORE dapat memberikan penjelasan mengenai proses klaim garansi setelah pembelian produk, menyediakan informasi kontak yang mudah dijangkau dan responsif, meningkatkan komunikasi antara tim layanan pelanggan dan konsumen, menyediakan panduan atau FAQ tentang garansi, serta melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap proses klaim garansi yang ada.

3. Persepsi Harga

Berdasarkan hasil penelitian, responden memberikan tanggapan tertinggi mengenai indikator daya saing harga dimana smartphone Iphone yang ditawarkan PSTORE cenderung memiliki harga yang lebih rendah dibandingkan kompetitor sejenis, hal ini dianggap dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli smartphone Iphone di PSTORE. Namun, responden memberikan tanggapan terendah mengenai indikator kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh dimana dalam meningkatkan minat beli konsumen PSTORE dapat memberikan harga yang terjangkau dengan spesifikasi yang lebih ditingkatkan untuk kelas smartphone bekas agar konsumen tidak merasa kecewa setelah membeli karena produk di PSTORE dianggap sesuai dengan manfaat dan sesuai dengan keinginan konsumen dengan begitu para konsumen akan beranggapan bahwa PSTORE merupakan pilihan tempat jual smartphone bekas terbaik dengan harga yang terjangkau.

