

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Melalui hasil analisis pada data penelitian pengaruh *brand image*, *country of origin*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *smartphone* Xiaomi di Cilendek, Bogor, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pada penelitian, memperlihatkan bahwa variabel independen *brand image* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *smartphone* Xiaomi di Cilendek, Bogor.
2. Berdasarkan hasil pada penelitian, memperlihatkan bahwa variabel independen *country of origin* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *smartphone* Xiaomi di Cilendek, Bogor.
3. Berdasarkan hasil pada penelitian, memperlihatkan bahwa variabel independen kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen remaja dalam memilih produk *smartphone* Xiaomi di Cilendek, Bogor.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian melalui penjelasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, penulis mencoba untuk memberikan saran kepada produsen *smartphone* dan untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan atau produsen *smartphone* khususnya *smartphone* Xiaomi dan produk yang sama pada saat ini sudah mulai mengalami peningkatan dalam hal citra merek dan citra negara asal oleh karena itu perlu dipertahankan, salah satunya dengan cara melalui kegiatan promosi dengan menekankan kepada penampilan dan keunikan produk *smartphone* Xiaomi, desain produk, dan memberikan kesan negara asal

*smartphone* Xiaomi bukan negara yang buruk dari segi teknologi dan pembuatan *smartphone*.

2. Bagi konsumen diharapkan untuk lebih teliti dalam memilih produk *smartphone* yang berkualitas agar nantinya tidak terpengaruh oleh stigma negatif produk Cina yang buruk dan sebagainya. Karena *smartphone* Cina seperti Xiaomi juga mampu memberikan stigma positif dan menjadi alternatif utama bagi konsumen dalam memilih produk *smartphone*.
3. Bagi penelitian selanjutnya khususnya jika melakukan penelitian di wilayah yang sama, penulis menyarankan untuk menggunakan variabel yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang beragam. Jika penelitian yang dilakukan memiliki tema yang sama, disarankan untuk menambah total sampel yang digunakan sehingga hasil yang didapat pada penelitian akan lebih baik lagi.

