

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan analisis regresi berganda yang dioperasikan melalui program SPSS Versi 25.0 dimana untuk menguji ketiga hipotesis dengan objek laptop Asus pada penelitian ini. Hipotesis tersebut meliputi pengaruh citra negara asal terhadap keputusan pembelian, pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian, dan keterlibatan produk terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Citra negara asal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Asus di Yogyakarta, Hipotesis 1 tidak didukung. Hal ini membuktikan bahwa citra negara asal tidak menjadi pertimbangan penting konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Asus di Yogyakarta, Hipotesis 2 didukung. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan tentang produk yang dimiliki konsumen mempengaruhi keputusan belinya.
3. Keterlibatan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Asus di Yogyakarta, Hipotesis 3 didukung. Hal ini membuktikan bahwa keterlibatan produk mempunyai peran dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan, yang meliputi :

1. Peneliti hanya mengukur keputusan pembelian berdasarkan variabel citra negara asal, pengetahuan produk, dan keterlibatan produk, sehingga belum mampu menggambarkan pengaruh keputusan pembelian secara keseluruhan, karena mengukur keputusan pembelian masih bisa diukur dengan berbagai variabel dan aspek-aspek lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan satu negara asal untuk mengukur citra negara asal, sehingga belum mampu menggambarkan citra negara asal dari nagara-negara lain.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan masukan yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra negara asal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga tidak bisa mempengaruhi penuh konsumen untuk membeli laptop Asus. Jadi Asus sebaiknya terus meningkatkan kualitas produk mereka dan terus melakukan inovasi serta melakukan promosi atau iklan untuk menutupi kekurangannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu citra negara asal, pengetahuan produk, dan keterlibatan produk. Sebenarnya masih ada variabel lain yang bisa digunakan untuk menguji keputusan pembelian. Sehingga untuk lebih lanjut pada penelitian selanjutnya diperlukan pengujian variabel lain atau faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku keputusan pembelian, misalnya seperti variabel kualitas produk, promosi, atau inovasi. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku keputusan pembelian. Setelah itu peneliti selanjutnya bisa menambah atau mengganti objek yang berbeda negara agar bisa membandingkan citra negara lainnya apakah bisa mempengaruhi keputusan pembelian.