

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aktivitas pemasaran media sosial secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *brand image* iPhone.
2. Inovasi produk secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *brand image* iPhone.
3. *Brand image* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone.
4. Aktivitas pemasaran media sosial secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone.
5. Inovasi produk secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone.
6. Aktivitas pemasaran media sosial secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone, melalui *brand image*. Dalam hal ini, *brand image* memiliki efek mediasi parsial dalam hubungan pengaruh tidak langsung antara aktivitas pemasaran media sosial dengan keputusan pembelian.
7. Inovasi produk secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek iPhone, melalui *brand image*. Dalam hal ini, *brand image* memiliki efek mediasi parsial dalam hubungan

pengaruh tidak langsung antara inovasi produk dengan keputusan pembelian.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

1. Hasil temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pengembangan pengetahuan terkait model pengambilan keputusan pembelian, khususnya mengenai peran aktivitas pemasaran media sosial dan inovasi produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian melalui *brand image*.
2. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang relevan dengan penelitian ini, penulis merekomendasikan agar menggunakan dimensi variabel aktivitas pemasaran media sosial, inovasi produk, *brand image*, dan keputusan pembelian yang berbeda, serta dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat berperan sebagai variabel mediasi atau sebagai variabel moderasi, sehingga dapat memperkaya hasil temuan dari penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi industri *smartphone*
 - 1.1 Untuk memahami preferensi konsumen terhadap *smartphone*, maka industri *smartphone* harus melakukan riset pasar yang mendalam. Hal ini dikarenakan kebutuhan dan perilaku pengguna *smartphone* selalu berubah dari waktu ke waktu. Melalui riset pasar tersebut akan

didapatkan wawasan yang mendalam tentang apa yang diinginkan oleh pasar, sehingga aktivitas pemasaran media sosial dan inovasi produk yang dilakukan untuk meningkatkan citra merek *smartphone*, sesuai dengan preferensi konsumen.

- 1.2 Disarankan juga agar industri *smartphone* lebih menambah varian atau tipe *smartphone* dengan perbedaan fitur dan spesifikasi, dan dengan harga yang berbeda. Hal ini bertujuan agar mampu untuk melayani semua segmentasi pasar dengan preferensi konsumen yang beragam.

2. Bagi Apple Inc

- 2.1 Untuk meningkatkan *brand image* iPhone kedepannya, maka diperlukan pengembangan ide-ide yang lebih inovatif dan kreatif untuk seri iPhone berikutnya, agar brand iPhone tidak hanya dikenal sebagai *smartphone* mewah dan eksklusif, melainkan juga sebagai *brand* paling inovatif di industri *smartphone*. Hal ini dikarenakan inovasi pada beberapa seri iPhone dalam kurun waktu tiga tahun terakhir ini sangat minim dan kurang kreatif, sebagaimana hasil tanggapan responden untuk indikator memiliki ide-ide kreatif dalam mengembangkan produk, yang mendapatkan skor paling rendah untuk dimensi ide produk.
- 2.2 Untuk meningkatkan peluang terjadinya keputusan pembelian pada calon pembeli *smartphone* iPhone, maka perusahaan Apple perlu menambah jaringan distribusi penjual iPhone resmi agar lebih mudah diakses baik itu oleh pengguna iPhone maupun calon

pembeli/pengguna iPhone. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil tanggapan responden untuk indikator perusahaan memiliki jaringan distribusi penjual iPhone resmi yang banyak dan mudah diakses, merupakan indikator yang mendapatkan skor paling rendah untuk dimensi *brand association*.

3. Bagi konsumen

Smartphone iPhone termasuk ke dalam barang mewah dan mahal. Untuk itu, konsumen diharapkan lebih bijak dalam membeli *smartphone* iPhone sesuai dengan spesifikasi seri *smartphone* iPhone yang dibutuhkan. Hal ini dapat dimulai dari mencari tahu kelebihan dan kekurangan dari setiap seri *smartphone* iPhone yang dirilis, pada berbagai iklan yang dipublikasikan maupun konten-konten di akun Instagram official Apple.