

BAB VI

PENUTUPAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian serta pembahasan tentang Pengaruh Citra Merek, Lifestyle, dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian iPhone oleh Gen Z di Kota Jambi, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu :

1. Citra Merek dalam Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan pada suatu keputusan pembelian konsumen. Karena citra merek membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas, kepercayaan, dan nilai suatu produk. Merek dengan citra positif cenderung lebih percaya, dianggap lebih unggul dari pesaing dan seringkali menciptakan keterikatan emosional yang mendorong loyalitas.
2. Lifestyle dalam Keputusan Pembelian berdampak positif dan signifikan pada suatu keputusan pembelian produk Iphone oleh Gen Z. Hal ini dapat dilihat karena konsumen cenderung membeli barang sesuai dengan cara mereka menjalani hidup atau citra diri yang ingin mereka tampilkan. Seperti seseorang yang memilih menggunakan iPhone yang dikarenakan tertarik dan menyukai produk Apple yang dianggap produk premium dianggap dapat mendukung identitas dan kebutuhan pribadi
3. Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan pada suatu keputusan pembelian. Karena konsumen cenderung memilih produk yang memberikan kepuasan , daya tahan, dan kinerja sesuai harapan. Ketika konsumen merasa puas dengan kualitas suatu produk, mereka cenderung loyal dan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu kualitas menjadi salah satu faktor utama dalam memebentuk persepsi nilai dan keputusan akhir pembelian,
4. Citra Merek, Lifestyle, dan Kualitas Produk secara keseluruhan mempunyai dampak positif dan signifikan pada suatu keputusan pembelian. Dikarenakan produk dengan kualitas yang baik dan citra merek yang kuat akan lebih menarik bila selaras dengan gaya hidup konsumen, sehingga secara langsung memengaruhi keputusan pembelian.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

6.2.1 Saran Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kajian lebih lanjut, dengan menambahkan variabel lain yang relevan seperti harga, atau promosi yang mungkin lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian lanjutan dengan metode berbeda atau objek dan wilayah yang berbeda juga sangat disarankan agar hasil lebih representatif.

6.2.2 Saran Praktis

1. Citra merek terbukti memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian, perusahaan disarankan untuk terus menjaga serta memperkuat persepsi positif tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan mempertahankan citra merek yang eksklusif, reputasi merek yang baik di pasar serta meningkatkan nilai prestise merek dalam setiap strategi komunikasi pemasaran.
2. Menjaga konsistensi kualitas produk dimana iPhone yang dikenal sebagai produk premium dengan kualitas tinggi. Untuk menjaga loyalitas dan memperluas pasar, Apple perlu terus mempertahankan kualitas dari sisi teknologi, dan ketahanan baterai agar konsumen merasa nyaman dan yakin melakukan pembelian