

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel *Life Style* (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone ex inter di Kota Madiun. Hal ini terlihat dari hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari batas signifikansi yang ditetapkan. Dengan demikian, variabel *Life Style* tidak menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian iPhone bekas bergaransi ex internasional di Kota Madiun, sehingga hipotesis bahwa *Life Style* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Secara parsial, variabel citra merek (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone ex inter di Kota Madiun. Hal ini terlihat dari hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan. Dengan demikian, variabel citra merek menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian iPhone ex inter di Kota

Madiun, sehingga hipotesis bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Secara parsial, variabel kualitas produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone ex inter di Kota Madiun. Hal ini terlihat dari hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan. Dengan demikian, variabel kualitas produk menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian iPhone ex inter di Kota Madiun, sehingga hipotesis bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Secara parsial, variabel harga (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone ex inter di Kota Madiun. Hal ini terlihat dari hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan. Dengan demikian, variabel harga menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian iPhone ex inter di Kota Madiun, sehingga hipotesis bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Implikasi

1. Walaupun *life style* tidak berpengaruh signifikan secara parsial, pemahaman mengenai gaya hidup konsumen tetap penting untuk strategi pemasaran secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumen di Kota Madiun tidak menjadi faktor utama

yang mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli iPhone bekas bergaransi ex internasional. Ini mungkin mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain, seperti harga, kualitas produk, atau citra merek, lebih berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, dalam strategi pemasaran, fokus utama mungkin perlu dialihkan dari aspek gaya hidup ke faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap konsumen di wilayah ini. Penjual dapat menggunakan informasi

2. Penjual iPhone ex inter di Kota Madiun harus memperhatikan pentingnya penguatan citra merek. Upaya ini dapat melibatkan peningkatan promosi dan pemasaran yang menonjolkan reputasi dan kepercayaan konsumen terhadap merek untuk mempengaruhi keputusan pembelian secara positif.
3. Penjual harus terus berkomitmen untuk memastikan kualitas produk iPhone ex inter tetap terjaga sesuai dengan standar yang diharapkan konsumen. Langkah ini meliputi pemeriksaan kualitas yang ketat dan pemeliharaan produk untuk memastikan konsumen mendapatkan barang yang sesuai dengan ekspektasi mereka.
4. Penjual harus dapat menetapkan harga yang kompetitif dan menarik bagi konsumen, mengingat harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penawaran diskon atau promosi khusus dapat menjadi strategi efektif untuk menarik minat pembeli dan meningkatkan volume penjualan.

C. Saran

Setelah peneliti melakukan analisis dan mendapatkan hasil penelitian, penulis merasa perlu memberikan saran terhadap penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan penulis maka penulis menyarankan untuk memperhatikan Hal yang bersangkutan dengan gaya hidup (*life style*) karena berdasarkan hasil penelitian masih terdapat masyarakat yang kurang diminati akan adanya iPhone ex inter oleh karena itu penulis menyarankan untuk menegaskan lagi gaya hidup pada iPhone ex inter agar masyarakat lebih memahami produk yang masih layak pakai, kemudian kualitas produk (fitur-fitur yang dimiliki dan kualitas merek) penulis menyarankan untuk lebih memperhatikan kualitas daya tahan baterai karena masih banyak responden yang tidak menyukai daya tahan baterainya.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian yang serupa mengenai pengaruh *life style*, citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone bekas bergaransi internasional di Kota Madiun diharapkan untuk menambah luas penelitian dan waktu penelitian sehingga akan diperoleh hasil penelitian yang lebih akurat. Karena variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki koefisien determinasi 70,3% maka kedepannya perlu untuk dilakukan penelitian selanjutnya dengan memasukan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian

ini. Selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama sebaiknya memperluas variabel penelitian yang lebih akurat.

