

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital, *brand image* dan harga terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone by Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemasaran digital berpengaruh positif signifikan terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone by Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Artinya pemasaran digital yang diterapkan oleh sewa iPhone by Alfa Kamera berhasil menarik minat sewa pelanggan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima.
2. *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone by Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Ini berarti bahwa sewa iPhone by Alfa Kamera memiliki citra merek yang baik dan terpercaya sehingga dapat menjadikan keunggulan bersaing bagi sewa iPhone by Alfa Kamera. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima.
3. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone by Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Artinya harga yang diberikan kepada pelanggan sewa sesuai dengan manfaat dan kualitas unit yang didapatkan oleh pelanggan sewa. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima.

4. Pemasaran digital, *brand image* dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone *by* Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Artinya Integrasi yang baik antara promosi digital yang menarik, citra merek yang terpercaya, dan harga yang kompetitif terbukti menjadi formula efektif dalam meningkatkan performa bisnis Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Dengan demikian, hipotesis keempat (H₄) diterima.

B. Implikasi

Melihat dari hasil penelitian diatas, dapat dikemukakan implikasi penelitian, yang meliputi implikasi teoritis dan implikasi praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa faktor pemasaran digital, *brand image* dan harga berpengaruh positif terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone *by* Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Hasil penelitian ini relevan dengan temuan pada beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa faktor pemasaran digital, *brand image* dan harga produk berpengaruh terhadap minat sewa. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kabupaten Ngawi, khususnya masyarakat yang mengetahui dan berminat menggunakan jasa sewa iPhone *by* Alfa Kamera. Hasil penelitian ini tidak dapat digunakan pada pelanggan di layanan jasa sewa iPhone yang berbeda, hal ini karena adanya karakteristik konsumen tertentu dan setiap tempat sewa iPhone pasti terdapat

perbedaan yang berupa cara memasarkan jasanya, *brand image*-nya maupun harga sewa iPhone yang diberikan pada pelanggan.

Hasil penelitian mengenai pengaruh pemasaran digital, *brand image*, dan harga terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone by Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran, khususnya pada bidang pemasaran jasa. Penelitian ini memperkuat teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) yang menyatakan bahwa pemasaran digital merupakan sarana komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan antara *brand* dan pelanggan, sehingga mampu meningkatkan ketertarikan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa (Ejzen, 1991). Semakin optimal penggunaan media digital dalam menyampaikan informasi, promosi, dan interaksi dengan pelanggan, maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan penyewaan jasa.

Penelitian ini juga mendukung konsep citra merek (*brand image*) bahwa citra merek yang positif akan menciptakan persepsi, kepercayaan, dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks jasa sewa iPhone by Alfa Kamera, citra merek yang baik mampu meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan sehingga mendorong munculnya minat untuk menggunakan jasa sewa tersebut. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap minat sewa.

Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat teori persepsi harga yang menjelaskan bahwa harga tidak hanya dipandang sebagai biaya yang harus dikeluarkan pelanggan, tetapi juga sebagai indikator nilai dan manfaat yang diperoleh. Harga yang dianggap sesuai dengan manfaat yang diterima, serta keterjangkauan harga dengan kemampuan sewa pelanggan akan meningkatkan minat untuk melakukan penyewaan. Dengan demikian, persepsi harga yang tepat dapat menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan dan minat sewa terhadap jasa sewa iPhone *by* Alfa Kamera.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat hubungan teoritis antara pemasaran digital, *brand image*, dan harga sebagai faktor yang memengaruhi minat sewa konsumen. Temuan penelitian ini juga mendukung teori perilaku pelanggan, khususnya bahwa minat merupakan tahap awal sebelum terjadinya keputusan penggunaan atau pembelian suatu produk maupun jasa. Oleh karena itu, peningkatan efektivitas pemasaran digital, penguatan citra merek, serta harga yang sesuai dapat menjadi strategi yang relevan dalam meningkatkan minat sewa konsumen pada sektor jasa penyewaan perangkat teknologi seperti iPhone.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini membuktikan bahwa faktor pemasaran digital, *brand image* dan harga berpengaruh positif terhadap minat sewa pada layanan jasa sewa iPhone *by* Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi. Hasil temuan ini dapat menjadi sumber masukan bagi sewa iPhone *by* Alfa Kamera agar mempertimbangkan keberadaan faktor-faktor tersebut

dalam meningkatkan kualitas pemasaran digital, memperkuat *brand image* dan harga sewa iPhone untuk pelanggan sewa iPhone *by* Alfa Kamera di Kabupaten Ngawi.

C. Saran

1. Bagi Perusahaan

Sewa iPhone *by* Alfa Kamera diharapkan agar tetap konsisten dalam kegiatan pemasaran digital di sosial media baik Instagram atau TikTok serta mempertahankan citra merek atau *brand image* dari sewa iPhone *by* Alfa Kamera. Harga yang kompetitif juga penting supaya para pelanggan tetap merasa *worth it* menggunakan layanan jasa sewa iPhone *by* Alfa Kamera.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menyempurnakan hasil penelitian ini melalui pengumpulan data yang tidak hanya menggunakan kuesioner saja tetapi menggunakan metode – metode lain yang dapat memberikan hasil data yang lebih nyata dan lebih akurat. Karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup pemasaran digital, *brand image* dan harga tanpa melibatkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat sewa, maka peneliti selanjutnya perlu untuk menggunakan variabel bebas lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini guna menghasilkan penelitian yang lebih luas lagi tentang masalah yang akan diteliti.