

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *life style*, *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian iPhone *second* bergaransi ex internasional pada konsumen Gen Z di Madiun, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Life style* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone *second* bergaransi ex internasional. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *life style* konsumen yang mengikuti tren dan perkembangan teknologi, maka semakin besar kecenderungan mereka dalam membeli iPhone *second* ex inter.
2. *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen memiliki persepsi bahwa iPhone merupakan produk bergengsi, eksklusif, dan mencerminkan identitas sosial, sehingga *brand image* yang kuat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian meskipun dalam kondisi *second*.
3. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen tetap mempertimbangkan kualitas produk seperti performa, fisik dan ketahanan meskipun produk yang

dibeli adalah *second*. Garansi internasional menjadi nilai tambah dalam penilaian kualitas.

4. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen mempertimbangkan bahwa harga iPhone *second ex inter* lebih terjangkau dibandingkan produk baru, namun tetap memiliki fitur dan kualitas yang baik, sehingga harga menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian.
5. Secara simultan, keempat variabel tersebut yaitu *life style, brand image*, kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone *second* bergaransi *ex internasional*. Artinya, keputusan pembelian dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor tersebut secara bersama-sama.

## **B. Implikasi dan Saran**

### **1. Implikasi**

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting, baik bagi pelaku usaha (perusahaan) maupun bagi masyarakat sebagai konsumen.

Implikasi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

#### 1). Implikasi Bagi Perusahaan

##### a. Peningkatan Daya Saing Produk

Temuan bahwa *life style, brand image*, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menjadi dasar bagi perusahaan untuk menyusun strategi

pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

b. Fokus Pada Citra Merek dan Kualitas

Pelaku usaha perlu menonjolkan nilai prestise dan kualitas produk walaupun dalam kondisi *second*. Kepercayaan konsumen terhadap merek iPhone dan jaminan garansi internasional dapat menjadi keunggulan kompetitif.

c. Penyesuaian Dengan Tren Konsumen Muda

Karena *life style* memiliki pengaruh besar, perusahaan dapat menasar konsumen usia produktif seperti Gens Z dan penggunaan digital aktif melalui promosi media sosial, *endorsement* dan pemasaran visual yang menarik.

d. Penetapan Harga yang Adaptif

Harga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menyesuaikan harga dengan kondisi pasar tanpa mengurangi persepsi nilai terhadap produk.

2). Implikasi Bagi Masyarakat

a. Pilihan produk berkualitas dan harga terjangkau

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iPhone *second* bergaransi ex internasional dapat menjadi pilihan yang rasional dan bernilai, terutama bagi masyarakat yang menginginkan teknologi berkualitas namun dengan harga lebih terjangkau.

b. Peningkatan kesadaran dalam berbelanja

Masyarakat menjadi sadar bahwa keputusan pembelian tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh *brand image*, kesesuaian *life style* dan kualitas produk, sehingga konsumen menjadi lebih selektif dan cerdas dalam berbelanja.

c. Dorongan Terhadap Gaya Hidup Digital

Gaya hidup masyarakat yang semakin erat dengan teknologi menunjukkan bahwa perangkat seperti iPhone bukan hanya sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai bagian dari identitas dan profesional.

## 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian, maka saran yang dapat diberikan kepada beberapa pihak antara lain:

a. Bagi Pelaku Usaha

Disarankan untuk terus meningkatkan citra merek dan reputasi toko, memberikan informasi transparan terkait garansi internasional serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan *life style* pada konsumen Gen Z, seperti promosi melalui media sosial, *influencer* dan tren digital

b. Bagi Konsumen

Konsumen disarankan untuk menjadi pembeli yang cerdas dan selektif. Meskipun iPhone *second* bergaransi ex internasional menawarkan harga lebih terjangkau, penting untuk memperhatikan

citra penjual, garansi, kualitas fisik dan *software* serta riwayat penggunaan produk. Selain itu, konsumen perlu menyesuaikan pembelian dengan gaya hidup dan kebutuhan aktual, bukan semata-mata karena tren atau dorongan sosial.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti *review customer*, pelayanan penjual atau faktor kepercayaan terhadap *marketplace* guna memberikan pemahaman lebih luas mengenai keputusan pembelian produk *second*.