

BAB IV

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Penelitian ini mencoba menganalisis hubungan antara gaya hidup hemat dan harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi dan hasil dari penelitian ini secara keseluruhan sesuai dengan hipotesis penelitian. Variabel gaya hidup hemat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi begitu juga dengan variabel harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi. Untuk hubungan simultan antara variabel gaya hidup hemat dan harga secara bersama-sama juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Xiaomi. Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Semarang didorong oleh konsumen yang lebih fokus pada fitur, inovasi, dan kualitas produk yang sesuai dengan harga smartphone yang terjangkau.

4.2 Saran

Setelah dilakukan analisis hubungan antara gaya hidup hemat dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi, maka terdapat beberapa saran yang diberikan:

- a. Variabel gaya hidup hemat dikategorikan sebagai variabel yang sangat baik.

Namun dari jawaban responden terdapat tiga indikator memiliki skor di bawah

rata-rata yaitu berkaitan dengan pembatasan anggaran pembelian smartphone, penerimaan terhadap smartphone second sesuai kebutuhan, dan kesadaran penghematan melalui pembelian barang second. Oleh karena itu, perlu untuk memperkuat atau memperluas lini produk smartphone dengan harga terjangkau (*entry level*) namun tetap memperhatikan kualitas (*value of money*) untuk mendukung pilihan gaya hidup hemat, mengingat berdasarkan hasil penelitian sebagian besar konsumen sudah lebih mementingkan fungsi, kualitas, dan inovasi produk. Selain itu, karena tidak banyak responden yang mau membeli smartphone second, maka perlu menyediakan program *refurbish* secara resmi yang bersertifikat dan dapat diakses melalui situs web resmi Xiaomi sehingga dapat membangun kepercayaan dan rasa aman kepada konsumen ketika membeli produk second yang berasal dari sumber yang terpercaya.

- b. Variabel harga dikategorikan sebagai variabel yang baik. Namun dari jawaban responden terdapat dua indikator memiliki skor di bawah rata-rata yaitu mengenai pengaruh diskon atau promosi terhadap keputusan pembelian dan preferensi menunggu promo sebelum membeli smartphone. Untuk itu perlu menonjolkan *value for money* secara fungsional bukan hanya sekedar promo untuk menarik konsumen, mengingat berdasarkan jawaban responden, Xiaomi telah memberikan harga yang cukup terjangkau sehingga dengan harga normal tanpa adanya promo konsumen akan tetap memutuskan untuk membeli Xiaomi.