

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan pada 100 responden di Salatiga, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh citra merek Xiaomi terhadap keputusan pembelian pengguna smartphone Xiaomi Redmi Note Series bersifat positif dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan citra merek Xiaomi berhubungan dengan peningkatan kualitas produk yang dirasakan oleh pengguna.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang digunakan telah diakui oleh konsumen Redmi Note Series di Salatiga. Kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, kesan kualitas yang dirasakan, dan layanan purna jual adalah beberapa indikator yang bernilai di bawah rata-rata, seperti kinerja, durabilitas, reliabilitas, dan estetika.
3. Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga yang diimplementasikan telah dipersepsikan dengan baik, dan indikator yang di atas rata-rata termasuk harga terjangkau dan harga yang sesuai dengan kualitas. Namun, dua indikator masih di bawah rata-rata: harga produk Xiaomi Redmi Note Series sesuai dengan keuntungan penggunaannya dan bersaing dengan produk sejenis di pasaran.
4. Kualitas Produk, Citra merek, harga, secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek yang kuat dikombinasikan

dengan kualitas produk dan harga yang kompetitif meningkatkan keputusan pembelian Xiaomi Redmi Note Series, sehingga keputusan pembelian yang lebih rendah bergantung pada variabel seperti citra merek, kualitas produk, dan harga.

#### **4.2. Saran**

Berdasarkan penelitian, terdapat beberapa saran yang berkaitan dengan indikator variabel yang diteliti yaitu citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian oleh pengguna smartphone Xiaomi Redmi Note Series sebagai responden dalam penelitian ini. Beberapa saran yang diajukan oleh peneliti antara lain adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang menunjukkan citra pembuat dan citra pemakai Xiaomi sudah baik, citra produk masih belum mencapai nilai rata-rata yang diharapkan. Untuk meningkatkan identitas merek Xiaomi sebagai penyedia produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau yang tetap bersaing di pasaran, Xiaomi dapat melakukan uji kualitas rutin pada setiap produk sebelum dipasarkan untuk memastikan spesifikasi sesuai dengan yang dijanjikan. Menyesuaikan strategi penetapan harga berdasarkan analisis pasar dan feedback konsumen agar tetap kompetitif. Serta mendorong inovasi dengan membentuk tim riset dan pengembangan yang fokus pada teknologi terbaru dan kebutuhan pasar.
2. Dari hasil penelitian, adanya pengaruh positif antara kualitas produk Xiaomi Redmi Note Series dan keputusan pembelian, disarankan agar Xiaomi meningkatkan beberapa aspek yang masih dinilai di bawah rata-rata. Fokus

utama perbaikan harus pada kesesuaian spesifikasi produk dengan kebutuhan dan harapan konsumen, peningkatan fitur sesuai dengan tren teknologi terkini, serta memastikan bahwa kesan kualitas yang dirasakan oleh konsumen dapat terus ditingkatkan melalui peningkatan standar produksi. Selain itu, penting juga bagi Xiaomi untuk meningkatkan layanan purna jual, termasuk dukungan teknis yang lebih cepat dan efisien serta kebijakan garansi yang lebih menarik, untuk mendorong peningkatan keputusan pembelian.

3. Dari hasil penelitian, terdapat pengaruh positif dari harga terhadap keputusan pembelian produk Xiaomi Redmi Note Series, disarankan agar Xiaomi mengevaluasi dan memperbaiki strategi penetapan harga mereka. Memastikan bahwa harga produk Xiaomi Redmi Note Series tetap bersaing dengan produk sejenis di pasaran, dengan melakukan peninjauan harga secara berkala untuk memastikan kompetitivitasnya. Menyusun strategi pemasaran yang menekankan manfaat dari penggunaan Xiaomi Redmi Note Series, sehingga konsumen lebih mudah memahami nilai tambah yang mereka dapatkan dari produk tersebut. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan Xiaomi dapat mempertahankan daya saing produknya di pasar dan meningkatkan persepsi nilai produk di mata konsumen.
4. Mengingat pentingnya pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Xiaomi Redmi Note Series, disarankan agar Xiaomi terus memperkuat citra merek mereka melalui strategi pemasaran yang efektif dan kampanye branding yang konsisten. Xiaomi juga perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi atau

melebihi ekspektasi konsumen, sekaligus menjaga harga agar tetap kompetitif. Dengan menyeimbangkan ketiga aspek tersebut, Xiaomi dapat memastikan peningkatan keputusan pembelian yang berkelanjutan.