

BAB IV

PENUTUP

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan data yang diperoleh dari hasil analisis data. Maka pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan peneliti. Bab ini juga disertai saran dari peneliti yang berguna untuk meningkatkan minat beli pada *smartphone*, maupun bagi penelitian selanjutnya.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden yang telah dilakukan mengenai pengaruh *country of origin* dan *brand image* terhadap minat beli pada *smartphone* ASUS di Kota Semarang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Negara Taiwan sebagai *country of origin* produk *smartphone* ASUS memiliki citra sebagai negara maju yang didukung oleh tingkat kemajuan teknologi yang dimiliki, walaupun Negara Taiwan dianggap kurang memiliki kreativitas dan inovasi pada produk yang dihasilkan.

Variabel *country of origin* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* ASUS di Kota Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pandangan mengenai *country of origin* ASUS, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya pada minat beli konsumen.

2. *Brand* ASUS dianggap memiliki inovasi produk yang baik, dan mampu menghasilkan produk dengan ciri khas, serta mampu memiliki nilai prestise,

walaupun brand ASUS kurang dalam kemajuan dan perkembangan pada teknologi terbaru, serta pada kecanggihan, dan keunggulan produknya.

Variabel *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* ASUS di Kota Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pandangan mengenai *brand image* ASUS, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya pada minat beli konsumen.

3. Variabel *country of origin* dan *brand image* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* ASUS di Kota Semarang yang menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel *country of origin*, maka minat beli responden juga akan mengalami peningkatan yang sebanding, nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel *brand image*, maka minat beli responden juga akan mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa semakin baik pandangan responden mengenai *country of origin* dan *brand image* maka akan semakin meningkat pula minat beli *smartphone* ASUS di Kota Semarang. Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *country of origin* dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh pada minat beli *smartphone* ASUS di Kota Semarang.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka diajukan beberapa saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan, maupun bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan minat beli konsumen, Negara Taiwan sebagai *country of origin* dari ASUS perlu meningkatkan kreativitas dan inovasi pada produk-produk yang dihasilkan terutama pada segi desain, sehingga lebih berkualitas, dan memiliki ciri khas. Dengan meningkatkan hal tersebut minat beli pada produk smartphone ASUS juga akan meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan minat beli konsumen, ASUS sebagai *brand* perlu lebih menonjolkan kemajuan dan perkembangan pada teknologi terbaru, serta pada kecanggihan, dan keunggulan produknya. sehingga ASUS dapat dicitrakan kembali menjadi *brand* yang digemari dan lebih memiliki daya saing terhadap produk-produk *smartphone* yang dimiliki *brand* lain. Dengan meningkatkan hal tersebut minat beli pada produk smartphone ASUS juga akan meningkat.
3. Peneliti sadar bahwa pada penelitian ini masih terdapat kekurangan seperti kurangnya variabel lain yang biasa berpengaruh pada hasil loyalitas konsumen. Bagi penelitian berikutnya, penulis menyarankan menambah variabel yang mampu meningkatkan minat beli agar lebih memperkuat lagi hubungan dan pengaruhnya. Penelitian berikutnya juga sebaiknya lebih mengontrol pemilihan sampel, menambah atau memangkas indikator/*item*

pernyataan sesuai dengan kebutuhan, dan menjelaskan secara mendetail dengan teknik wawancara langsung serta perlunya menambah jumlah responden agar penelitian berikutnya mendapatkan hasil yang lebih optimal.