

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Hp OPPO pada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Mandailing Natal dapat disimpulkan bahwa: Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa item-item dari variabel independen (citra merek) dan variabel dependen (keputusan pembelian) terbukti reliabel, karena nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil uji tersebut dapat dilihat bahwa untuk variabel citra merek (x) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($17.504 > 1.666$). Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Jadi hasil uji parsial (uji T) memperlihatkan bahwa citra merek berdampak positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) didapatkan nilai R sebanyak 0.899. Hal tersebut berarti hubungan antara citra merek terhadap keputusan pembelian berada di interpretasi korelasi sangat kuat, hal tersebut sinkron dengan table 3.4. nilai R square sebanyak 0.808 ialah citra merek mampu menerangkan variabel keputusan pembelian $0.808 \times 100\% = 80,8\%$ atau apabila digenapkan menjadi 81% sedangkan sisanya yaitu 19,2% atau 19 diterangkan oleh variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

B. Saran

Dalam bab penutup ini, peneliti menyampaikan saran-saran yang relevan berdasarkan hasil pengamatan dalam pembahasan tersebut. Adapun saran-saran dari peneliti yang dapat direkomendasikan untuk menjadi pertimbangan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengguna Hp OPPO, pengguna sebaiknya memahami bagaimana citra merek Oppo memengaruhi pengalaman dan kepuasan mereka terhadap produk. Selalu evaluasi kualitas dan fitur produk secara objektif, tidak hanya berdasarkan citra merek. Disarankan untuk berbagi pengalaman dan

ulasan dengan sesama pengguna agar dapat membantu calon pembeli dalam pengambilan keputusan.

2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti kepuasan pelanggan dan pengaruh media sosial. Disarankan untuk memperluas populasi penelitian ke mahasiswa di institusi lain agar hasilnya lebih representatif dan komparatif. Menggunakan metodologi yang bervariasi, seperti wawancara mendalam atau studi kasus, untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif. Semoga saran ini bermanfaat bagi pengguna serta peneliti berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2019). *Building strong brands*. Simon and Schuster.
- Acai Sudirman, e. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ambarwati. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pati: Al Qalam Media Lestari.
- Amilia, R. &. (2017). *Pengaruh Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- APJII , & PusPaKom. (2015). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- Ardiansyah, F. &. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 145-160.
- Arif, M. F. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bancin, A. (2021). *Citra Merek: Pengaruh dan Strategi dalam Pemasaran Modern*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Diono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO Pada Mahasiswa UIN Suska Riau. *Tesis/Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta,: Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Diponegoro: Universitas Diponegoro.
- Halim, M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 14(2), 101-115.
- Hastuti, S. (2020). *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hendrawan, I. (2022). Purposive Sampling dalam Penelitian Kualitatif: Teknik dan Implementasinya. *Jurnal Penelitian Kualitatif*, 14(1), 88-102.

- Hernawan, Y. (2021). *Metodologi Penelitian dan Analisis Data*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Husni, M. (2022). Pengujian Validitas Alat Ukur dalam Penelitian: Metode dan Aplikasi. *Jurnal Metodologi dan Evaluasi*, 14(1), 22-37.
- Kapferer, N. (2018). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*. Kogan Page Publishers.
- Keller, K, & L. (2016). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education.
- Kim, J. &. (2017). A study of the impact of brand personality on consumer's emotional responses and brand attitude: Fokus pada brand image smartphone di kota Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 35-52.
- Kotler, & Phillip, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prectice Hall.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kusnadi, H. (2020). *Pengantar Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Lisa, A. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image), Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO Di Kalangan Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh. *Skripsi/ Tesis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh*.
- Mardiana, N. (2021). Non-Probability Sampling dalam Penelitian: Metode dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmu Penelitian*, 10(4), 123-135.
- Nasution, S. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, H. (2018). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nazir, M. (2016). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugraha, A. (2023). *Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek: Implikasi untuk Strategi Pemasaran Smartphone*. Bandung: Alfabeta.
- Nugroho, E. (2021). *Pemasaran Digital dan Pengaruhnya terhadap Penjualan Smartphone: Fokus pada OPPO*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Pakpahan, M. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Cipta Rancana Media Pakpahan.
- Prabowo, A. (2018). *Peran Teknologi dalam Kehidupan Manusia Modern*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Pramudito, A. (2023). Metode Pengujian Validitas dengan Rhitung dan Rtabel dalam Kuesioner. *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 18(1), 15-29.
- Pratama, R. (2022). Model Pengambilan Keputusan Konsumen: Studi Kasus pada Pembelian Smartphone. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 45-58.
- Priansa, D. (2017). *Citra Merek: Teori dan Praktik dalam Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priyatno, D. (2019). *Statistika untuk Penelitian: Konsep dan Aplikasi Koefisien Korelasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rahardjo, M. (2017). *Dokumentasi dan Manajemen Informasi*. . Yogyakarta: Andi.
- Rahman, A. (2022). *Prinsip Kewaspadaan dalam Berita dan Konsumsi: Perspektif Islam*. Yogyakarta: UMM Press.
- Ramadhan, F. (2023). Strategi Pengambilan Sampel dalam Penelitian: Analisis Kelebihan dan Kekurangan. *Jurnal Riset dan Pengembangan*, 12(2), 34-48.
- Salim, A. (2021). *Strategi Meningkatkan Citra Merek di Pasar Smartphone*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saling. (2023). Pengaruh Citra Merek Hp Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek OPPO. *Journal of Management & Business*.
- Sandia, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone OPPO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Santoso, S. (2020). *Statistik Deskriptif dan Inferensial*. Informatika. Yogyakarta: Informatika.
- Setiawan. (2018). *Teknologi Handphone: Evolusi dan Dampaknya dalam Kehidupan Sehari-hari*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, A. (2020). *Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Siregar, H. (2019). Sejarah Pembentukan Kabupaten Mandailing Natal dan Perkembangannya. *Jurnal Sejarah dan Budaya*, 12(1), 45-60.
- Siregar, S. (2016). *Statistika untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Suharto, B. (2022). Reliabilitas Kuesioner dalam Penelitian: Pendekatan dan Analisis Cronbach Alpha. *Jurnal Sains dan Metodologi*, 15(3), 45-60.
- Sujana, I. (2019). *Statistik untuk Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian: Praktik untuk Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukardi, A. (2018). *Metodologi Penelitian: Kerangka Berpikir dan Aplikasinya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanto, R. (2021). *Kualitas Produk dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Merek di Era Digital*. . Surabaya: Penerbit Unair Press.
- Sutabri, A. (2020). *Teknologi Informasi dan Komunikasi: Konsep, Aplikasi, dan Dampaknya dalam Kehidupan Sehari-hari*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Triyono, S. (2021). *Statistik untuk Penelitian*. Graha Ilmu. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ulfah, S. (2024, November Selasa). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Citra Merek OPPO di Kalangan Mahasiswa. (A. H. Lubis, Interviewer)
- Wagiyani. (2020). Analisis Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk OPPO Berbasis Android (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau). *Tesis/Skripsi Universitas Islam Riau*.
- Warsita, B. (2018). *Teknologi Pembelajaran*. Bandung.
- Widiastuti, E. (2021). Peran Dokumentasi dalam Validasi Data Penelitian. *Jurnal Sains dan Teknologi Informasi*, 10(1), 30-42.
- Wijaya, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kalangan Mahasiswa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wulandari, R. &. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Elektronik di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 90-105.
- Yulianti, S. (2023). Kriteria Pengujian Validitas Kuesioner dalam Penelitian. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan*, 15(2), 50-65.
- Yusuf, M. (2022). Pentingnya Kerangka Berpikir dalam Rancangan Penelitian. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2), 45-59.