

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka simpulan yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Gaya hidup, harga, kualitas produk, merek, promosi, dan kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* Blackberry di Surabaya baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Hal ini membuktikan bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian *smartphone* Blackberry dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Semakin kuat faktor-faktor tersebut berpengaruh, semakin kuat pula keputusan pembelian *smartphone* Blackberry
2. Kelompok referensi adalah faktor yang mendominasi keputusan pembelian *smartphone* Blackberry. Merek berada di urutan kedua berdasarkan urutan dominasi, disusul kemudian gaya hidup, harga, kualitas produk, dan terakhir adalah promosi.
3. Gaya hidup bukan merupakan faktor yang mendominasi keputusan pembelian *Smartphone* Blackberry. Hal ini berarti, walaupun *smartphone* Blackberry termasuk dalam kategori produk teknologi bukan berarti gaya hidup berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Blackberry, melainkan terdapat faktor lain yang justru lebih berpengaruh dominan daripada gaya hidup yaitu kelompok referensi.
4. Tanggapan tertinggi konsumen dalam pembelian *smartphone* Blackberry yaitu: membeli *smartphone* Blackberry karena tertarik dengan perkembangan Blackberry, membeli *smartphone* Blackberry karena produknya mewah, membeli *smartphone* Blackberry karena harganya

yang terjangkau, membeli *smartphone* Blackberry karena daya tahannya kuat, membeli *smartphone* Blackberry karena mereknya ternama/terkenal, membeli *smartphone* Blackberry karena tertarik dengan penawaran barang iklan, dan membeli *smartphone* Blackberry untuk menunjukkan selera kepada orang lain.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, ada beberapa hal yang disampaikan sebagai saran:

1. Perusahaan perlu menjaring calon konsumen yang lebih banyak dari kelompok kawula muda serta menjalin hubungan yang lebih erat dengan konsumen dari kelompok ini dengan mempertimbangkan penempatan *endorser* dalam mempromosikan produknya seperti selebritis dan tokoh fiksi dalam media hiburan (*film*, *sinetron*, *novel*, *game*). Bagi konsumen dari kelompok kawula muda, selebriti dan tokoh fiksi masih dianggap sebagai panutan dalam hal berpenampilan dan pergaulan. Ini tidak terlepas dari peran selebriti dan tokoh fiksi sebagai *opinion leader* serta kapabilitasnya dalam mempopulerkan dan menularkan *trend* bagi kelompok kawula muda.
2. Keunggulan Blackberry sebagai penyedia perangkat komunikasi dan layanan jasa teraman masih menjadi potensi terkuat Blackberry untuk meraih calon konsumen yang lebih banyak dari kalangan korporasi karena kepercayaan dari konsumen dan *brand image* terhadap fitur ini lebih tinggi daripada fitur keamanan yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.
3. Perusahaan perlu memperbaiki kualitas produk bukan hanya dari atribut daya tahannya saja melainkan atribut pendukung lainnya seperti fitur, spesifikasi, performa, desain, dan kualitas pelayanan karena daya tahan saja tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena terdapat

konsumen yang mementingkan atribut lain selain daya tahan. Ini tidak terlepas dari berbagai ulasan yang dilakukan terhadap *smartphone* Blackberry yang memperoleh penilaian buruk oleh pakar dari segi spesifikasi, performa, dan desain. Konsumen di Indonesia sensitif terhadap pendapat yang disampaikan oleh orang terdekat maupun pakar. Produk yang memperoleh ulasan yang memuaskan akan berpeluang diterima dan dibeli konsumen.

4. Agar mampu menarik perhatian konsumen, perusahaan perlu untuk menawarkan keberagaman barang penawaran khusus yang lebih beragam serta menunjang peningkatan performa dan tampilan *smartphone* Blackberry seperti baterai cadangan (*power bank*), *headset*, *case*, dll dengan kualitas yang bermutu. Selain itu kerjasama dengan penyedia layanan/operator perlu ditingkatkan agar operator lebih gencar dalam mempromosikan paket produk dan layanan dengan harga yang terjangkau.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian yaitu jumlah sampel atau jumlah responden yang tidak sesuai dengan pencapaian ideal, karena terdapat beberapa responden yang tidak mengisi kuesioner dengan benar sehingga data yang telah diisi tidak bisa digunakan dalam penelitian.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, A.D., 2008, *Manajemen Equitas Merek*, terjemahan, Jakarta: Mitra Utama
- Aditya, Panji., 2013, RIM berganti nama menjadi Blackberry, diakses pada tanggal, 19 Agustus 2013, <http://tekno.kompas.com>
- Assael, Henry., 2002, *Consumer Behaviour and Marketing Action, Fourth Edition*, New York: Kent Publishing.
- Assauri, Sofyan., 2004, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit PT. Grafindo Persada.
- Buchari, Alma., 2005, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Dharmmesta, B.S., 2005, *Manajemen Penjualan, Edisi kedua belas*, Yogyakarta: BFSE
- Dharmmesta, B.S, dan Irawan, 2007, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*, Yogyakarta: Liberty
- Durianto, D, Sugiarto, dan T. Sitinjak, 2001, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta , PT Gramedia Pustaka Tama
- Engel, J.F., dan R.D Blackwell, dan P.W Miniard, 2001, *Consumer Behaviour, 8th edition*, Madison: Dryden Press
- Ferdinand, Augusty., 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gaeta, Amanda., 2010, Blackberry Brand Image Analysis, diakses pada tanggal 30 November 2013, <http://www.scribd.com/doc/49627720/Blackberry-Brand-Image-Analysis>
- Kasali, Rhenald., 2000, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, Philip., 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas*, terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- , 2003, *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1*, terjemahan Jakarta: PT Indeks
- , 2004, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan, Jakarta: PT Prenhallindo
- , 2005, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan, Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2008, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi ketigabelas*, terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar., 2008, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis, Edisi Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat., dan A Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, J.C., dan M Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, terjemahan Jakarta: PT penerbit Erlangga.
- Mozes, R.A, 2012, The first in the world: Launching Blackberry Bellagio di Pacific.Place, diakses tanggal 11 Juli 2013, <http://teknokompas.com>,
- Natalia, Della., dan I.M Soenhadji, 2012, Pengaruh Gaya Hidup, Psikografis, Lingkungan Sosial dan Fisik terhadap keputusan penggunaan handphone 3G, [http:// repository.gunadarma.ac.id](http://repository.gunadarma.ac.id)
- Priyatno, Duwi., 2009, *Mandiri Belajar SPSS Untuk Analisis Data dan Uji Statistik*, Yogyakarta: Mediacom
- Purwati, H. Setiawan, dan Rohmawati, 2012, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat, *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, Vol 2 No 3, September: 260 - 277

- Rachmatunisa., 2011, Tiga Faktor Kesuksesan Blackberry, diakses Oktober 2012, <http://inet.detik.com/>
- Ramadhan, Aditya., 2013, Penyebab terpuruknya penjualan Blackberry, diakses tanggal 19 Agustus 2013, <http://techno.okezone.com>
- Rangkuti, Freddy., 2004, *The Power of Brand*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Reed, Brad., 2013, Windows phone shows sign of life while Blackberry keeps crumbling, diakses tanggal 19 Agustus 2013, <http://bgr.com>
- Rorlen., 2007, Peran Kelompok Acuan dan Keluarga Terhadap Proses Keputusan Pembelian, *Business & Management Journal Bunda Mulia*, Vol:3, No. 2, September: 12-18
- Santoso, Singgih., 2004, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS 11.5*, Jakarta: PT Media Elex Computindo
- Sentana, I.M., 2013, Blackberry faces test in its largest Asian market, diakses tanggal 12 Juli 2013, <http://blog.wsj.com>
- Sinambela, Sarton., 2010, Pengaruh Merek Dan Dimensi Kualitas Produk Pada Sepatu Olahraga Nike Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomika*, Maret: 74-97
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang., 2003, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*, Bandung: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- StatCounter, 2013, Top 10 mobile vendors in Indonesia, diakses tanggal 12 Juli 2013, <http://www.gs.statcounter.com>
- Tjiptono, Fandy., 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset

- Ujianto, dan Abdurachman., 2004, Analisis Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Sarung, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.6 No.1, Maret: 34-53
- Utama, P.S., 2011, Nokia: sebuah perusahaan dengan sejarah panjang, diakses pada bulan Oktober 2012, <http://www.scribd.com>
- Wibowo, Tri., dan Sri Purwantini, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota, *Dinamika Manajemen*, Vol 1 No 1: Juli: 66-77
- Yuliana, Ratna., 2009, Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Damar Hadi, diakses pada tanggal 6 September 2012, <http://www.scribd.com/>