



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur karena Harga *smartphone* Xiaomi yang murah dan, harga lebih murah dari pesaing dengan spesifikasi yang sama atau bahkan lebih tinggi, sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang dirasakan konsumen hal tersebut tentunya membuat konsumen akan produk Xiaomi dan mempertimbangkan minat untuk membeli produk tersebut.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur, Xiaomi berhasil membuktikan bahwa mereka memiliki Kualitas Produk yang baik, sehingga dari situlah konsumen tertarik dan minat pembelian konsumen muncul.
3. Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur, artinya dalam penelitian ini konsumen menilai bahwa Xiaomi memang memiliki produk yang bervariasi, memiliki inovasi fitur – fitur dan hal – hal baru dalam produk mereka, tetapi tidak mampu menarik minat untuk membeli karena konsumen tidak mengutamakan inovasi dalam *smartphone* mereka melainkan mereka lebih mengutamakan fungsi *smartphone* tersebut.

4. Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur karena konsumen sudah memiliki minat dan bayangan sendiri akan produk *smartphone* yang mereka inginkan sehingga konsumen tidak akan memperlmasalahkannya harganya.
5. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur, ketika konsumen membeli *smartphone* konsumen tentunya berharap bahwa produk yang digunakan berfungsi sebaik mungkin dan bertahan selama mungkin, artinya ketika konsumen membeli *smartphone* konsumen akan mencari – cari informasi dari berbagai sumber terlebih dahulu sebelum memutuskan melakukan pembelian.
6. Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur, artinya Inovasi Produk yang dimiliki oleh *smartphone* Xiaomi memiliki fitur – fitur dan desain yang tidak menarik konsumen sehingga Xiaomi tidak berhasil menarik para konsumen untuk melakukan pembelian melalui inovasi mereka. karena inovasi produk di persaingan *smartphone* mengalami pembaruan yang sangat cepat sehingga konsumen akan memilih inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan mereka dan tidak akan menghiraukan yang lain.
7. Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur, hal ini dikarenakan *smartphone* Xiaomi memiliki reputasi yang baik, memiliki informasi – informasi yang positif dari para konsumen mereka, serta mendapatkan rekomendasi dari orang terdekat mereka sehingga



konsumen yang memiliki minat membeli produk memutuskan untuk membeli produk *smartphone* Xiaomi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Xiaomi diharapkan untuk meningkatkan inovasi yang mengutamakan fungsi ke para penggunanya agar mampu menarik para pelanggan dengan menjual *smartphone* yang sangat berfungsi bagi para konsumennya.
2. Xiaomi diharapkan untuk tetap konsisten dalam menetapkan harga untuk produk *smartphone* mereka karena konsumen memiliki minat untuk membeli produk *smartphone* Xiaomi karena produk mereka memang terjangkau, dan lebih murah dari pesaing – pesaing lainnya.
3. Xiaomi juga diharapkan untuk tetap menjaga kualitas produk mereka agar konsumen semakin percaya bahwa *smartphone* Xiaomi memiliki kualitas produk yang bagus dan tahan lama.
4. Xiaomi diharapkan untuk terus menjaga basis komunitas mereka dengan terus berkomunikasi dengan baik, sehingga informasi – informasi yang baik akan terus bermunculan dari para komunitas mereka.
5. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain saat melanjutkan penelitian ini, misalnya: Promosi, *Brand Image*, dan sebagainya yang mendukung untuk penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Hermawan dan Harti, 2013. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 920 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 1 No 6 November 2013.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Detik.com. 2019. <https://news.detik.com/dw/d-4728672/survei-produk-jerman-punya-reputasi-tertinggi-china-terburuk>, (Diakses Tgl. 01 Oktober 2020 : Pk. 23:15)
- Dewanto Wawan. 2014. *Manajemen Inovasi*, Yogyakarta: CV.Andi Offset
- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Universitas Diponegoro
- _____. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdausi .2016. Pengaruh Inovasi Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Café dengan Menu Unik (Studi Kasus pada Café Tombo Ngelak Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Gadgetren. 2019. <https://gadgetren.com/2019/07/09/ini-dia-penguasa-smartphone-di-indonesia-di-kuartal-pertama-2019>, (Diakses Tgl 01 Oktober 2020 : Pk.23:21)
- Garvin, David A. alih bahasa Fandy Tjiptono. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta,
- Hakim, Mustika, Ambar Lukitaningsih, Susanto. 2019. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta *Jurnal Ekobis Dewantara*. 2(3); (18-23)
- <https://pn-surabayakota.go.id/wilayah-yurisdiksi/>, (Diakses Tgl 10 Mei 2021 : Pk. 16:48)
- Igir, Friani Gloria, Jhony R. E. Tampi, Henry Taroreh. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand



Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 6(2); (86-95)

Kotler dan Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall*. 12th edition. England: Pearson Education, Inc.,

_____. 2016. *Principle of Marketing* (16th ed). North Carolina: Pearson Education Limited

Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

_____, 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th ed.*, Upper Saddle River New Jersey, Prentice – Hall International, Inc.

Maghfiroh, As'alul, Zainul Arifin, dan Sunarti. 2016. Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 40(1); (132-140)

Maulana, Yogi Sugiarto dan Alisha. 2020. Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Jurnal Inovasi Bisnis*. 8.; (86-91)

Merdeka. 2013. <https://www.merdeka.com/uang/kenapa-barang-buatan-china-dianggap-murahan.html>, (Diakses Tgl. 01 Oktober 2020 : Pk. 23:09)

Nazaruddin, Itje dan Basuki, Agus Tri. 2016. *Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Danisa Media.

Powa, Guen Anjelia, S.L.H.V. Joyce Lopian, dan Rudy S. Wenas. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB. *Jurnal EMBA*. 6(3): (1188 – 1197).

Putri, Nurmalitasari dan Uswatun Chasanah .2017. Pengaruh Inovasi Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Kartu 4G LTE di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Rosita, Inne Satyawisudarini. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pembelian online produk T-Shirt Samesame Clothing). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Almana)*. 1(3); (109-126)





- Ruri, Putri dan Hendra Saputra., 2017, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan, *Jurnal Niagawan*. 6(2): (44 – 53)
- Satria, Arief Adi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. A-36, 2(1): (45 – 53)
- Selular. 2019. <https://selular.id/2019/08/counterpoint-top-5-brand-smartphone-di-indonesia-q2-2019/>, (Diakses Tgl 01 Oktober 2020 : Pk. 23:28)
- Setiawan, Edi .2016. Pengaruh Sosialisasi Kuliner, Inovasi Produk kuliner, dan Citra Produk Kuliner terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner Tradisional di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*. 12(2); (105-112)
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, D. .2015. *Strategi Pemasaran, konsep memenangkan persaingan bisnis dan menarik keberhasilan strategi menarik konsumen*. Jakarta: CAPS.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Sutanto, JE. 2018. Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Maison NOB. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 3(2); (250-259)
- Tamamudin, 2016, Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina). *Jurnal Penelitian*. 9(2); (283-300)
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- _____. 2016., *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Sleman
- Wikipedia. 2020. <https://id.wikipedia.org/wiki/Xiaomi>, (Diakses Tgl 01 Oktober 2020 : Pk. 23:44)
- Wiyono, Nathania Amelinda (2017) Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Buku Novel (Studi Kasus pada Konsumen Buku Novel di Toko Buku Gramedia Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanatha Dharma.

Zainuddin, Didi. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik. *Jurnal Sosio e-kons.* 10(3): (220 – 237)

