BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Negara Asal dan Promosi Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Minat Beli Iphone (Survey Kepada Konsumen Initial E Store Bandung), maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Negara Asal atau *Country of Origin* yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu *country belief, people affect,* dan *desired interaction.* Ketiga indikator tersebut memperoleh skor tinggi dengan kategor baik, sangat baik, baik secara berurutan. Dari ketiga indikator tersebut *people affect* memperoleh skor yang paling tinggi dengan kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan pengetahuan mayoritas konsumen terhadap negara asal pembuat iphone yaitu Amerika memiliki tenaga kerja yang berkualitas tinggi dan mampu untuk membuat *smartphone* dengan teknologi tinggi.
2. Promosi dari mulut ke mulut yang terjadi pada konsumen Initial E Store berada pada kategori baik, hal ini ditunjukkan oleh besarnya skor yang diperoleh 5 indikator yang digunakan yaitu *talkers, topics, tool, talking part, tracking*. Indikator yang memperoleh skor dengan kategori sangat

baik adalah *topics.* Hal ini menunjukkan bahwa promosi dari mulut ke mulut yang terjadi sangat baik dikarenakan banyak konsumen yang membicarakan produk iphone dari orang lain maupun orang terdekat.

3. Minat beli iphone yang menjadi tanggapan konsumen Initial E Store berada dalam kategori baik. Hal ini ditunjukkan oleh 5 indikator yang memperoleh skor yang tinggi sehingga berada dalam kategori baik. Dari 5 indikator yang digunakan yaitu tertarik untuk mencari informasi tentang produk, mempertimbangkan untuk membeli produk, tertarik untuk mencoba, ingin mengetahui produk, dan ingin memiliki produk. Mempertimbangkan untuk membeli produk iphone memperoleh skor yang tertinggi sehingga berada dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan konsumen Initial E Store menjadikan merek iphone dalam pertimbangankan membeli *smarthphone*.
4. Secara parsial maupun simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Country of Origin* dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari *Country of Origin* dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli Iphone.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pengaruh *Country of Origin* dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. *Country of Origin* merupakan pandangan suatu produk kepada konsumen akan asal negara produk dibuat. Sebagian besar calon konsumen menganggap bahwa Amerika Serikat adalah negara yang maju, negara yang inovatif, negara yang memiliki prestise tinggi, tentu hal ini berkorelasi positif dengan apa yang dipersepsikan calon konsumen mengenai kualitas iphone itu sendiri, namun sebaliknya ada beberapa calon konsumen yang memang tidak menyukai negara Amerika Serikat tentu akan berpikir sebaliknya mengenai kualitas produk iphone. Oleh karena itu, akan lebih baik jika Apple sebagai produsen iphone memperkuat persepsi kualitas iphone sebagai tablet yang berkualitas terlepas dari *Country of Origin* nya yakni negara Amerika Serikat sebagai negara asal mereknya karena tidak semua calon konsumen di negara pasar produk Apple merupakan negara yang mementingkan *Country of Origin*.
2. *Word of Mouth* merupakan kajian variabel dalam penelitian ini dimana variabel bebas ini mengukur promosi yang dilakukan oleh konsumen. Apple sangat mengandalkan *Word of Mouth* untuk mempertahankan pasarnya di Indonesia. Oleh karena itu, lebih baik untuk promosi lebih

ditingkatkan seperti iklan akan lebih baik untuk mengatai *Word of Mouth* yang negatif.

3. Minat beli iphone pada konsume Initial E Store sudah baik karena tingginya pengetahuan konsumen akan produk iphone sehingga memungkinkan konsumen memilih pada merek iphone. Akan tetapi minat beli terhadap *smartphone* dipengaruhi oleh banyak faktor maka dari itu akan lebih baik mempertimbangkan faktor yang sangat mendominasi minat beli seperti kualitas produk, bisa menjadi perhatian lebih untuk meningkatkan minat beli.
4. Pengaruh antara *Country of Origin* dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli iphone dapat dikatakan sangat besar pengaruhnya, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan oleh Initial E Store Bandung untuk tetap mempromosikan iphone dengan bantuan media sosial sehingga informasi toko dan produk tersampaikan secara jelas kepada konsumen.

5.3 Lampiran - Lampiran