

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data dari pengujian hipotesis mengenai “Pengaruh Peran Influencer dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik di Kota Bandar Lampung”. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran Influencer tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk elektronik di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung tidak terlalu dipengaruhi oleh rekomendasi influencer dalam memilih produk elektronik. Faktor lain, seperti ulasan teknis, harga, atau pengalaman langsung dengan produk, tampaknya lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian di sektor ini.
2. Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk elektronik di Kota Bandar Lampung. Konsumen lebih mempertimbangkan produk yang memiliki kinerja optimal (*performance*) dan daya tahan tinggi (*durability*), karena kedua aspek ini memberikan nilai tambah dan keyakinan terhadap merek, sehingga menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan temuan ini, strategi pemasaran untuk produk elektronik sebaiknya difokuskan pada peningkatan kualitas produk dan komunikasi yang menonjolkan aspek teknis dan nilai produk kepada konsumen. Sementara itu, penggunaan influencer dalam pemasaran produk elektronik mungkin kurang efektif jika tidak didukung oleh relevansi dan kredibilitas yang kuat dalam kategori produk ini.

#### **5.2 Saran**

Penelitian ini berfokus pada Kota Bandar Lampung. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah cakupan, termasuk kota-kota besar lainnya atau segmen pasar tertentu, seperti milenial atau profesional, untuk melihat apakah hasilnya konsisten di berbagai konteks geografis dan

demografis. Kategori produk elektronik dapat dibagi menjadi produk dengan keterlibatan rendah (seperti aksesoris) dan tinggi (seperti smartphone atau perangkat rumah tangga). Penelitian mendatang disarankan untuk fokus pada kategori produk yang lebih spesifik untuk mengidentifikasi perbedaan pengaruh dari masing-masing variabel.