

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peta positioning smartphone cina berdasarkan persepsi konsumen untuk merek Lenovo menunjukkan bahwa Lenovo unggul hanya pada atribut baterai dan harga.
2. Peta positioning smartphone cina berdasarkan persepsi konsumen untuk merek Xiaomi menunjukkan bahwa Xiaomi unggul hampir keseluruhan atribut kecuali pada atribut baterai dan harga.
3. Peta positioning smartphone cina berdasarkan persepsi konsumen untuk merek Vivo menunjukkan bahwa Vivo unggul hanya pada atribut baterai dan harga.
4. Peta positioning smartphone cina berdasarkan persepsi konsumen untuk merek Oppo menunjukkan bahwa Oppo hanya memiliki keunggulan pada atribut kamera, fitur dan layar.
5. Secara keseluruhan berdasarkan atribut, Xiaomi merupakan merek smartphone cina yang mendapatkan preferensi terbaik oleh konsumen, kemudian diikuti oleh Lenovo, Oppo dan Vivo.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan beberapa kesimpulan yang di dapat, maka selanjutnya dapat diajukan beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut responden, Lenovo memiliki hanya memiliki kelebihan pada baterai dan harga saja, oleh karena itu disarankan bagi Lenovo untuk

mengoptimalkan kualitas secara keseluruhan pada perangkat smartphone Lenovo. Jadi meskipun harga dari smartphone Lenovo terjangkau bagi konsumen, tetapi konsumen akan mendapatkan smartphone dengan kemampuan yang lengkap. Lenovo juga disarankan untuk bisa tetap mempertahankan apa yang menjadi keunggulan pada produknya.

2. Menurut responden, Xiaomi memiliki kelemahan hanya pada baterai dan harga. Oleh karena itu disarankan bagi Xiaomi untuk mengoptimalkan kualitas baterai, dan disarankan juga kepada Xiaomi untuk menggunakan harga yang lebih terjangkau bagi konsumen.
3. Menurut responden, Vivo hanya memiliki kelebihan pada baterai dan harga saja, oleh karena itu disarankan bagi Vivo untuk kualitas secara keseluruhan pada perangkat smartphone Vivo. Selain itu kepada Vivo juga disarankan untuk bisa tetap mempertahankan apa yang menjadi keunggulan pada produknya.
4. Menurut responden, Oppo hanya memiliki kelebihan pada kamera, fitur dan layar, hal ini terjadi dikarenakan memang hingga saat ini konsep yang diusung oleh Oppo adalah “Cameraphone”, sehingga konsumen beranggapan smartphone Oppo hanya memiliki kelebihan pada kamera dan layar. Oleh karena itu disarankan bagi Oppo untuk mengoptimalkan kualitas smartphonanya secara menyeluruh dan menggunakan harga yang lebih terjangkau bagi konsumen. Oppo juga disarankan untuk bisa tetap mempertahankan apa yang menjadi keunggulan pada produknya.
5. Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menguji kausalitas untuk melihat pengaruh atribut terhadap keputusan pembelian dari suatu merek smartphone cina untuk merek Lenovo, Oppo, Vivo dan Xiaomi. Misalnya pengaruh brand dan price terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi.

6. Sebagai penelitian lanjutan, direkomendasikan untuk mengembangkan penelitian ini dengan atribut- atribut yang belum digunakan pada penelitian ini seperti gaya hidup, tingkat penghasilan dan lain-lain.
7. Pada penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan dapat memfokuskan cakupan wilayah pengambilan sampel untuk melihat hasil yang akan bervariasi tergantung dari kota yang berbeda.