

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil penelitian serta pembahasan terkait “Pengaruh *Country Of Origin* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu).” Oleh karena itu, bisa disimpulkan sebagai berikut ini :

1. *Country of origin* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dengan hasil nilai t_{hitung} (2.922) < nilai t tabel (1.666) dan nilai t sig (0,005) > α (0,05). Hasil penelitian menunjukkan bahwa jawaban responden berada pada rata-rata 3,54 pada interval 3,41-4,20. Responden menyetujui pernyataan pada variabel sehingga responden mengetahui bahwa laptop Acer diproduksi di negara maju seperti Amerika Serikat atau Jepang, cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap kualitas dan keandalan laptop Acer tersebut. Perusahaan dapat memanfaatkan *country of origin* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.
2. *Perceived Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu nilai t_{hitung} (3.352) > nilai t tabel (1.666) dan nilai t sig (0,001) < α (0,05).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived quality* terhadap laptop Acer adalah kualitas estetika, kualitas layanan, kualitas konformitas, kualitas ketahanan, kualitas fungsional. Perusahaan dapat memanfaatkan *perceived quality* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Perusahaan Acer dapat memanfaatkan *perceived quality* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

3. *Country of Origin* dan *Perceived Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dengan nilai F_{hitung} sebesar $65.348 > F_{tabel}$ (3.13) dan nilai signifikansi F_{sig} $(0,000) < \alpha$ (0,05) dan nilai koefisien determinasi sebesar 64,5% yang dimana artinya masing masing variabel indepen mampu menjelaskan variabel dependen dengan tingkat yang kuat. Konsumen cenderung mempertimbangkan citra negara asal dan persepsi kualitas produk dalam proses pengambilan keputusan. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi Acer untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta mengkomunikasikan keunggulan negara asal produksi kepada konsumen.

5.2 Saran

Menurut output penelitian, tinjauan dan ringkasan yang di dapat, oleh karena itu rekomendasi saran yang diajukan adalah :

1. Pada variabel *Country Of Origin*, pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah” Saya merasa puas dan tertarik dari desain yang dimiliki laptop Acer” dengan nilai rata-rata jawaban kuisisioner adalah 3,40. Maka disarankan Pada perusahaan Acer melakukan analisis lebih mendalam terhadap preferensi desain konsumen. Setiap wilayah bisa memiliki kecenderungan selera desain yang berbeda. Dengan memahami preferensi yang ada pada mahasiswa dapat merekomendasikan tipe atau seri Acer dengan desain yang lebih sesuai keinginan konsumen, atau memberikan masukan pada pihak distributor terkait kebutuhan desain yang diharapkan.
2. Pada variabel *Perceived Quality*, pernyataan yang mempunyai nilai terendah adalah “Sistem operasi laptop Acer berjalan dengan lancar dan mudah digunakan” dengan nilai rata-rata jawaban kuisisioner adalah 3,48. Maka di sarankan Pada perusahaan Acer untuk Mendorong pelanggan untuk melakukan upgrade hardware seperti RAM dan SSD, yang dapat meningkatkan kinerja sistem operasi. Dengan RAM yang lebih besar, pengguna dapat menjalankan lebih banyak aplikasi sekaligus tanpa mengalami lag, Mengingat pentingnya pembaruan sistem operasi untuk menjaga performa dan keamanan,

3. Pada variabel keputusan pembelian, pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah” Saya sering membandingkan beberapa laptop dari berbagai merek terhadap kualitasnya dan harga sehingga akhirnya memilih laptop Acer” dengan nilai rata-rata jawaban kuisisioner adalah 3,55. Maka disarankan Perusahaan Acer perlu memperbaiki kualitas produk laptop Acer agar dapat bersaing dengan produk lainnya di pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan inovasi dan pengembangan produk yang lebih baik. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, serta memastikan bahwa konsumen dapat menghubungi perusahaan jika mereka memiliki pertanyaan atau keluhan..
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih lanjut terkait faktor-faktor lain yang mungkin menjadi pengaruh keputusan pembelian laptop acer Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu atau di tempat penelitian lainnya.