

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *Country of Origin* terhadap Citra Merek dan dampaknya pada Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*), dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut

1. Variabel *COO* terbukti berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel Citra Merek. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,003. Besarnya pengaruh *COO* terhadap Citra merek adalah sebesar 0,272. Secara keseluruhan total nilai skor *COO* dinyatakan baik, dengan skor indikator terbesar adalah indikator *country belief* yaitu sebesar 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa *item* yang terdapat pada indikator *country belief* yaitu Negara Korea Selatan sangat inovatif dalam hal pabrikan khususnya *smartphone* dan Negara Korea Selatan merupakan negara yang memiliki tingkat kemajuan teknologi yang tinggi, dapat memberikan dampak pada citra merek *smartphone* Samsung.
2. Variabel *COO* terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dengan variabel Citra Merek sebagai variabel mediasi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,001. Besarnya pengaruh *COO* terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 0,299. Hasil *indirect effect* (IE) adalah sebesar 0,183 dan *total effect* (TE) atau total pengaruh variabel *COO* terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai perantara adalah sebesar 0,482. Dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek diperlukan untuk memperkuat keberadaan *COO* terhadap keputusan pembelian dan angka tersebut juga

menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berperan dalam hubungan antar variabel *COO* dan Keputusan Pembelian

3. Variabel Citra Merek terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,000. Besarnya pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 0,674. Secara keseluruhan total nilai skor Citra Merek dinyatakan baik dengan skor indikator terbesar adalah indikator citra perusahaan 4,57. Hal ini menunjukkan bahwa *item* yang ada di indikator citra perusahaan yaitu reputasi perusahaan Samsung dan memiliki *brand* yang sangat terkenal, dapat memberikan kesan positif sehingga menciptakan perilaku keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, penulis memberikan saran dan masukan yang diharapkan dapat bermanfaat antara lain:

1. Jika negara asal suatu merek memiliki citra yang baik, perusahaan bisa lebih menonjolkan negara asal merek tersebut untuk meningkatkan citra merek produk yang dipasarkan.
2. Hendaknya menaikkan *value* yang ada pada *smartphone* merek Samsung dengan fokus pada membangun reputasi perusahaan yang baik, membangun sebuah *brand* yang sangat terkenal dan memperhatikan persebaran gerai-gerai resmi yang ada. Karena dalam penelitian ini, konsumen memikirkan antara lain ketiga hal tersebut ketika memutuskan membeli suatu produk dalam hal ini adalah *smartphone*.

3. Melakukan promosi yang lebih dalam hal *brand ambassador* dari *smartphone* Samsung sendiri, karena sebuah *brand* juga harus mempunyai citra pemakai yang melekat pada para pengguna produk tersebut.
4. Bagi penelitian selanjutnya, dapat melakukan penambahan variabel penelitian yang dibahas untuk memperluas pengetahuan bagi calon peneliti dan pembacanya. Penelitian yang akan datang juga dapat membandingkan dua atau lebih negara asal merek yang memiliki produk sejenis atau jenis yang berbeda.