

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, spesifikasi dan citra merek terhadap minat beli *smartphone* Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah angkatan tahun 2018 – 2020. Dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 85 orang mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syari'ah tahun angkatan 2018 sampai 2020. Berdasarkan hasil analisis statistik yang sudah dilakukan, maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah angkatan tahun 2018 – 2020. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,615 > 1,989$ ) dengan nilai signifikan ( $0,001 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh dan signifikan.
2. Spesifikasi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat beli *smartphone* Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah angkatan tahun 2018 – 2020. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,117 < 1,989$ ) dengan nilai signifikan 0,907 lebih dari 0,05 atau 5% sehingga dinyatakan terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan.
3. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah angkatan tahun 2018 – 2020. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,114 < 1,989$ ) dengan nilai signifikan 0,909  $> 0,05$  atau 5% sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan.
4. Secara simultan variabel harga, spesifikasi dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah angkatan tahun 2018 – 2020. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $4,422 > 2,717$ ) dengan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$  sehingga

dapat diartikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Serta variabel harga, spesifikasi dan citra merek mampu menjelaskan adanya pengaruh terhadap minat beli sebesar 39,1% sedangkan sisanya 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun peneliti menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat memberi manfaat bagi pihak terkait, diantaranya:

1. Bagi perusahaan, pertahankan kelebihan yang dimiliki dan terus kembangkan, seperti pemberian harga yang terjangkau dan kualitas – kualitas yang baik, dan konsisten dalam membangun citra yang baik guna menambah keyakinan konsumen dengan mengevaluasi apa yang dibutuhkan konsumen, serta melakukan inovasi produk yang unik atau berbeda untuk produk selanjutnya.
2. Karena masih banyak keterbatasan dan kekurangan, baik dari waktu, tenaga dan sampel yang relative kecil, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkannya, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas.