

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam membeli produk *iphone* melalui *review digital influencer* di *YouTube* (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta).” dapat disimpulkan bahwa kelima subjek dalam penelitian ini melakukan proses pengambilan keputusan pembelian produk *iPhone* dimulai dengan pengenalan masalah dan kebutuhan sampai dengan perilaku pasca pembelian.

Dari kelima informan yang ada di dalam penelitian ini, keempat informan melalui lima tahapan dari proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Sedangkan seorang informan dalam proses pengambilan keputusan hanya melalui empat tahapan dari indikator proses pengambilan keputusan yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Indikator yang dilewatkan oleh seorang informan tersebut ialah evaluasi alternatif. Informan tersebut tidak melakukan evaluasi terhadap produk *smartphone* lain dan sudah yakin untuk melakukan pembelian pada produk *iPhone* karena sudah disarankan oleh temannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam membeli produk *iphone* melalui *review digital influencer* di *youtube* (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta) maka saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah:

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri serta data-data pendukung agar penelitian yang dilakukan berjalan dengan lancar. Melihat dinamika proses keputusan pembelian yang sudah peneliti paparkan sebelumnya, dapat ditinjau kembali dengan menggunakan metode lain agar didapatkan data dan pembahasan yang lebih luas. Diharapkan pula penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya jika mengambil tema yang sama.