

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

#### V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan menggunakan Partial Least Square (PLS) mengenai variabel Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo Pada Masyarakat Kelurahan Pondok Benda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Citra Merek tidak memiliki pengaruh yang cukup terhadap Keputusan Pembelian. Berarti konsumen tidak merasakan adanya kemudahan dalam pengoperasian *smartphone* Oppo.
- b. Harga memiliki pengaruh yang cukup terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti konsumen beranggapan bahwa Harga yang ditawarkan *Smartphone* Oppo sudah dapat dijangkau oleh masyarakat.
- c. Kualitas Produk memiliki pengaruh yang cukup terhadap Keputusan Pembelian. Artinya kualitas produk yang ditawarkan dapat memberikan kemudahan dalam melakukan aktifitas sehari-hari.

#### V.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur yang diterapkan, namun masih terdapat beberapa keterbatasan yang membatasi penelitian ini, antara lain:

- a. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan konsumen *smartphone* Oppo sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasi selain konsumen produk *smartphone* Oppo.
- b. Keterbatasan waktu, biaya dan waktu
- c. Jumlah variabel yang digunakan hanya mencakup citra, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian.

### V.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Oppo terus meningkatkan kualitas produknya karena semakin tinggi kualitas produk semakin tinggi pula keputusan pembelian *smartphone* Oppo.
- b. Harga yang sudah ditetapkan sudah tepat untuk dijangkau oleh konsumen. Diharapkan kedepannya Oppo dapat terus mengeluarkan *smartphone* yang sesuai dengan daya beli masyarakat
- c. Peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kembali penelitian dengan mengambil sampel di daerah yang berbeda, dengan jumlah sampel yang berbeda dan variabel-variabel bebas lainnya seperti misalnya promosi, iklan, dan lainnya untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan sehingga pelanggan melakukan pembelian secara lebih mendalam untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dalam bidang keputusan pembelian pelanggan pada *smartphone* Oppo
- d. Oppo diharapkan dapat terus berinovasi agar terus berkembang dan membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen