

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil serangkaian penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada produk laptop Acer pada warga RW.07 Jatijajar Depok, maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi terbesar diperoleh dari ketahanan umur laptop. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas ketahanan umur laptop yang dimiliki oleh Acer maka akan mempengaruhi peningkatan frekuensi pembelian pada laptop Acer.
- b. Kualitas produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening artinya dalam perubahan kualitas produk, kepercayaan konsumen belum mempunyai kontribusi yang besar terhadap keputusan pembelian pada laptop Acer.
- c. Citra merek memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi terbesar diperoleh dari citra sebagai laptop *favorite*. Artinya semakin baik persepsi citra sebagai laptop *favorite* maka akan meningkatkan frekuensi pembelian konsumen pada laptop Acer.
- d. Citra merek memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening artinya dalam perubahan citra merek, kepercayaan konsumen belum mampu mempunyai kontribusi yang besar terhadap keputusan pembelian pada laptop Acer.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, antara lain :

- a. Penelitian ini mengalami kesulitan dalam mengumpulkan 75 responden, dikarenakan keterbatasan waktu saat mencari sampel yang sesuai dengan kriteria.
- b. Penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan warga RW.07 Jatijajar Depok, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk mengukur keputusan pembelian pada produk Acer di daerah manapun.
- c. Penelitian ini hanya mengukur keputusan pembelian dengan menggunakan variabel kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan konsumen. Keterbatasan penggunaan variabel dalam pengukuran ini memungkinkan belum memperlihatkan secara penuh faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- d. Penelitian ini tidak membahas semua dimensi pada variabel keputusan pembelian, kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan konsumen. Keterbatasan penggunaan dimensi dalam pengukuran ini memungkinkan belum memperlihatkan secara penuh faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

- a. Peneliti menyarankan perusahaan Acer untuk mempertahankan kualitas dengan memperhatikan kekuatan pada laptop dengan casing yang kuat dan tahan banting agar mampu bertahan untuk pemakaian jangka panjang dan juga memperhatikan citra perusahaan sebagai laptop favorit dalam benak kosumen dengan selalu mengikuti trend yang sedang berkembang sehingga menciptakan keputusan pembelian yang akan mendukung keberlangsungan perusahaan dalam menghadapi persaingan pada bidang teknologi.

- b. Untuk peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian melalui faktor lain terkait dengan keputusan pembelian konsumen terhadap produk laptop Acer dengan menambah atau menggunakan variabel bebas lainnya yang berbeda dari penelitian ini seperti variabel harga, promosi, pelayanan, iklan dan lain sebagainya.

