

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Iklan Terhadap Minat Beli Pada Smartphone Samsung maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan oleh Samsung pada setiap jenis produknya tidak dapat menimbulkan minat beli konsumen terhadap smartphone.
- b. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa citra merek yang dimiliki oleh Samsung sangat tinggi sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap smartphone.
- c. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa iklan yang ditayangkan oleh Samsung di berbagai media tidak dapat menimbulkan minat beli konsumen terhadap smartphone.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, dikarekan:

- a. Karena keterbatasan waktu dan biaya maka penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan warga kelurahan Jatiwarna.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan warga pengguna smartphone Samsung di kelurahan Jatiwana, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasi untuk minat beli di daerah lain.

5.3 Saran

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

- a. Peneliti menyarankan agar perusahaan lebih menekankan dalam menayangkan iklan yang menarik di lebih banyak media agar minat beli konsumen lebih tinggi akan produk yang dipasarkan.
- b. Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya mencakup Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Minat Beli. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.
- c. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain seperti kualitas produk, keputusan pembelian, promosi penjualan yang dapat digunakan untuk meningkatkan taraf kesempurnaan penelitian guna mempengaruhi minat beli masyarakat.
- d. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat.

