

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

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

- a. Kualitas Produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli secara langsung, artinya kualitas produk terhadap suatu objek atau produk tertentu tidak dapat memberikan minat membeli konsumen terhadap smartphone.
- b. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap citra merek secara tidak langsung, artinya kualitas produk dapat mempengaruhi citra merek terhadap smartphone.
- c. Iklan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli secara langsung, artinya iklan terhadap suatu objek atau produk tertentu tidak dapat memberikan minat membeli konsumen terhadap smartphone.
- d. Iklan berpengaruh signifikan terhadap citra merek secara tidak langsung, artinya iklan dapat mempengaruhi citra merek terhadap smartphone.
- e. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli secara langsung, artinya citra merek terhadap minat beli dapat memberikan minat membeli konsumen untuk berbelanja smartphone.

V.2 Saran

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

- a. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat, misalnya faktor harga atau kualitas pelayanan.

- b. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.

