

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh nama merek, harga dan pengaruh sosial terhadap niat pada *smartphone* Asus , maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Nama merek pada *smartphone* merek Asus tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat beli.
- b. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Kontribusi besar harga dalam mempengaruhi niat beli banyak disumbang oleh indikator kesesuaian harga dan perbandingan harga terhadap produk lain, hal ini sudah terlihat bahwa harga yang ditawarkan sudah sesuai dan kompetitif, kedua indikator ini dapat ditingkatkan dari harga pada *smartphone* Asus agar niat beli dapat meningkat pula.
- c. Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Kontribusi besar pengaruh sosial dalam niat beli banyak disumbang oleh indikator pengaruh keluarga dan kelompok referensi kedua indikator ini dapat ditingkatkan dari pengaruh sosial agar niat beli pada *smartphone* Asus dapat meningkat.

V.2 Saran

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

- a. Bagi Perusahaan
Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat meningkatkan rasa percaya, keyakinan, keamanan, kekuatan dan daya tahan terhadap produknya, agar nama merek pada *smartphone* Asus dapat menimbulkan niat beli.
- b. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini hanya dilakukan pada *smartphone* Asus saja. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada *smartphone*

lainnya beserta sistem operasi yang digunakan, misalnya Nokia dengan system operasi Windows, iPhone dengan sistem operasi iOS dll, serta disarankan untuk menambah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi niat beli selain nama merek, harga dan pengaruh sosial agar hasil lebih maksimal.

