

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.I Simpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo di wilayah kelurahan kebayoran lama, Jakarta selatan maka sesuai hasil analisis yang sudah dilakukan tersebut diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian secara parsial variabel citra merek terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo, Artinya dalam hal ini semakin baik citra merek yang dimiliki perusahaan maka dapat meningkatkan penjualan serta dapat memenangkan kegiatan pemasaran pesaing *Smartphone* Vivo, dengan begitu nantinya akan mendorong konsumen dalam memutuskan pembelian.
- b. Hasil pengujian secara parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo, Artinya dalam hal ini harga yang diberikan jika sesuai dengan kualitas dan manfaat maka akan dibeli juga.
- c. Hasil pengujian secara parsial variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo, Artinya bahwa jika kualitas dari suatu produk itu tinggi atau dikatakan bagus dimata para konsumen maka akan mempengaruhi tingginya tingkat keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen itu sendiri.
- d. Hasil pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara variabel independen dan dependen, yaitu citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian *Smartphone* Vivo. Artinya bahwa dalam hal ini jika suatu produk *Smartphone* mempunyai sebuah citra merek yang baik dimata para konsumen serta harga yang kompetitif yang sesuai dengan manfaat yang dihasilkan dan juga memiliki suatu kualitas produk yang mempuni, maka dengan begitu akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap *Smartphone*.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian dari kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran dan implikasi dari penelitian ini:

- a. Pada variabel citra merek, peneliti menyarankan agar manajemen *Smartphone* Vivo memberi perhatian lebih untuk mempertahankan citra merek dengan lebih menambahkan atribut serta manfaat yang ditawarkan oleh *Smartphone* Vivo agar lebih moderen dan menarik dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.
- b. Pada variabel harga, peneliti menyarankan agar manajemen *Smartphone* Vivo melakukan kalkulasi ulang terhadap kebijakan harga serta melakukan perbandingan harga terhadap produk lagi dan juga menyesuaikan harga yang lebih kompetitif lagi.
- c. Pada variabel kualitas produk, peneliti menyarankan agar manajemen *Smartphone* Vivo tetap mempertahankan atau berkomitmen dalam membuat produk yang dimana kualitas produknya sudah diakui di masyarakat dengan mempertimbangkan dari segi kinerja, daya tahan, kesesuaian, fitur, realibilitas, estetika serta perspektif kualitas dari produk *Smartphone* itu sendiri.
- d. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan memasukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian agar hasil penelitian selanjutnya lebih maksimal.