

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Apple (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Rangkapan Jaya Depok), maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple pada masyarakat kelurahan Rangkapan Jaya Depok. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memutuskan untuk membeli suatu produk bukan karena dari citra mereknya melainkan faktor lainnya dan tidak dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen terhadap produk yang diinginkannya.
- b. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple pada Masyarakat Kelurahan Rangkapan Jaya Depok. Hal ini menunjukkan bahwa tingkatan konsumen tentang karakteristik dari sebuah produk merupakan spesifikasi dari sebuah produk yang mampu untuk memuaskan kebutuhan konsumen. bahwa semakin baik kualitas produk dari *smartphone* Apple, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
- c. Harga secara langsung berpengaruh negatif namun signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple pada Masyarakat Kelurahan Rangkapan Jaya Depok. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk bersaing akan mempengaruhi besar kecilnya jumlah penjualan barang. Semakin tinggi harga dari *smartphone* Apple, maka akan semakin menurun konsumen yang melakukan keputusan pembelian.

## V.2 Saran

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

- a. Untuk perusahaan Apple agar tetap meningkatkan produk-produk berkualitas dan terus berinovasi dalam menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan bisa menjamin kualitas dan manfaat yang diberikan.
- b. Harga dalam penelitian memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian dan memiliki nilai indikator harga yang ditetapkan. Maka perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen dalam membeli suatu barang yang dipergunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhannya dan menetapkan harga yang terjangkau, bervariasi dan sesuai dengan harapan serta keinginan konsumen.
- c. Saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

