

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Minat Beli *Smartphone* Vivo (Studi Pada Wilayah RW 008 Kelurahan Cinere), maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Vivo. Dengan demikian hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Karena hipotesis yang dibuat yaitu iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Vivo.
- b. Kesadaran merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli *smartphone* Vivo. Dengan demikian hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Karena hipotesis yang dibuat yaitu kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Vivo.
- c. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Vivo. Dengan demikian hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Karena hipotesis yang dibuat yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Vivo.

V.2 Saran

Penulis menyarankan dalam meningkatkan minat beli sebaiknya dalam menerapkan iklan sebaiknya pihak perusahaan harus mempertahankan frekuensi penayangan iklan dan meningkatkan kualitas iklan diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari informasi tentang *smartphone* Vivo. Lalu untuk meningkatkan kesadaran merek sebaiknya sering mengikuti pameran hp dan sering menjadi sponsor pada acara besar supaya konsumen lebih mengenal produk *smartphone* Vivo.

Saran lain dari penulis adalah untuk penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas penelitian tentang iklan, kesadaran merek, dan citra merek terhadap

minat beli. Selain itu, penelitian mendatang diharapkan dapat mengkaji ulang dan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli *smartphone* Vivo.

