

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji variable terhadap minat beli maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga memberikan pengaruh terhadap minat beli *Smartphone* Samsung dengan studi pada mahasiswa di kota Surabaya. Dengan persepsi harga yang sesuai harapan konsumen akan meningkatkan minat beli terhadap *Smartphone* Samsung
2. Promosi memberikan pengaruh terhadap minat beli *Smartphone* Samsung dengan studi pada mahasiswa di kota Surabaya. Semakin tinggi promosi yang dilakukan maka semakin tinggi pula tingkat minat beli konsumen terhadap *Smartphone* Samsung.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain:

1. Persepsi harga sangatlah berpengaruh penting terhadap minat beli masyarakat terhadap *Smartphone* Samsung. Jadi untuk perusahaan Samsung supaya menjadikan *Smartphone* Samsung yang dapat dijangkau oleh semua kalangan, supaya dapat meningkatkan penjualan di tahun berikutnya.

2. Perusahaan Samsung disarankan meningkatkan promosi *Smartphone* Samsung baik dari promosi penjualan atau periklanan supaya masyarakat lebih tertarik dan menambah minat beli konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan objek yang sama, dapat menambahkan variabel lain didalam penelitiannya agar mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli *Smartphone* Samsung. Contohnya seperti variabel citra merek, kualitas produk, dan lain-lain.