

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian iPhone dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra Merek memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian iPhone. Semakin tinggi citra merek, maka semakin tinggi konsumen melakukan keputusan pembelian iPhone.
2. Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian iPhone. Semakin baik persepsi harga maka tingkat konsumen melakukan keputusan pembelian iPhone akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan, adapun saran yang diberikan meliputi :

1. Citra Merek iPhone dengan keunggulan merek mendapat tanggapan yang baik dari responden. Diharapkan Apple mempertahankannya serta lebih mengutamakan konsumen, jangan mengurangi performa *smartphone* lamanya dengan update *software* yang harus dilakukan oleh penggunanya.
2. Persepsi Harga Iphone dengan kesesuaian harga dengan kualitas produk mendapat tanggapa yang baik dari responden. Diharapkan Apple Indonesia

tidak semena-mena menetapkan harga iPhone dan supaya menyamakan harga iPhone di Indonesia dengan di negara lain seperti Singapura. Agar konsumen tidak perlu jauh-jauh ke negara lain untuk membeli iPhone dengan harga yang lebih murah.