

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari *research* yang sudah dijalankan, hasil penelitian tentang Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian Pada Produk *Smartphone* Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur) sehingga bisa dibuat kesimpulannya, yaitu antara lain.

1. Variabel Citra Merek (X1) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada merek *Smartphone* Samsung. Pernyataan tersebut didukung dengan mayoritas responden sangat mengenal, mempertimbangkan reputasi, senang, dan setia mempunyai produk *Smartphone* Samsung
2. Variabel Harga (X2) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada merek *Smartphone* Samsung. Pernyataan tersebut didukung dengan mayoritas responden mencari harga yang dapat dijangkau, kualitas yang sesuai dengan harganya, mempertimbangkan harga dengan *Smartphone* merek lain, dan lebih mementingkan manfaat dalam membeli dan mempunyai *Smartphone* Samsung.
3. Variabel Kualitas Produk (X3) mempunyai pengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada merek *Smartphone* Samsung. Pernyataan tersebut didukung dengan mayoritas responden mengukur kualitas standar yang telah ditetapkan, produk yang

dapat digunakan dalam kurun waktu yang lama, produk yang tidak rusak, dan menilai produk dari spesifikasi produk dalam mempunyai Smartphone Samsung.

4. Variabel Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk (X1, X2, dan X3) secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada merek *Smartphone* Samsung. Pernyataan tersebut didukung dengan mayoritas responden yakin dan percaya terhadap kualitas atau manfaat dalam keputusan untuk membeli produk, mempunyai kebiasaan dalam memilih untuk membeli produk, merekomendasikan produk, dan membeli kembali produk *Smartphone* Samsung.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan

Samsung sebagai perusahaan dapat mempertahankan *product quality*, citra merek, serta harga yang sesuai pangsa pasar *Smartphone* agar perusahaan *Smartphone* Samsung tetap berada di nomor 1 sebagai *top brand* dan meningkatkan penjualan di Indonesia. Perusahaan Samsung mempersembahkan pelayanan yang unggul serta lebih variatif agar konsumen merasakan kesenangan dari *service* yang dipersembahkan. Selain itu, *Smartphone* Samsung dapat menambahkan desain yang lebih variatif agar konsumen dapat memiliki pilihan *Smartphone* Samsung yang beragam. Dari data hasil kuesioner, diketahui bahwa dari ketiga variabel yang diteliti, variabel kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan dipilih oleh pengguna *Smartphone* Samsung. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen

Smartphone Samsung lebih memprioritaskan kualitas produk dibandingkan citra merek maupun harga terhadap keputusan pembelian. Dengan ini perusahaan *Smartphone* Samsung dapat meningkatkan lagi kualitas produk dari *smartphone*-nya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti mendatang bisa meningkatkan *research* yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan menambahkan aspek lain yang bisa mendapatkan pengaruh pada keputusan pembelian agar dapat lebih variatif sehingga penelitian selanjutnya akan lebih baik dan lebih variatif dari segi metodologi, cakupan variabel, hasil yang diperoleh, dan dapat menyerahkan partisipasi yang lebih luas di pengembangan keilmuan dalam aspek yang relevan.