

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada temuan pengujian data dan pembahasan mengenai Inovasi dan Persepsi Harga terhadap Preferensi Konsumen, maka hal tersebut mengarah pada Kesimpulan bahwa:

1. Inovasi memberikan kontribusi secara langsung terhadap preferensi konsumen pada produk smartphone Samsung di Surabaya.
2. Persepsi harga memberikan kontribusi secara langsung terhadap preferensi konsumen pada produk smartphone Samsung di Surabaya.

5.2 Saran

Mengacu pada temuan penelitian, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mengacu pada hasil pengujian terhadap variabel Inovasi, perluasan produk menjadi indikator terkuat. Oleh karena itu, Samsung disarankan untuk terus menghadirkan model-model baru yang tetap menjaga identitas merek. Strategi ini dinilai efektif dalam menjaga relevansi produk sekaligus mempertahankan preferensi konsumen terhadap merek.
2. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel Persepsi Harga, kesesuaian harga dengan kualitas merupakan indikator dominan. Maka dari itu, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara harga dan nilai produk agar konsumen merasa mendapatkan manfaat maksimal sesuai biaya yang dikeluarkan.
3. Penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup objek dan konteks tertentu, sehingga disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan kajian dengan menambahkan aspek-aspek lain yang relevan dan belum dibahas dalam studi ini. Penelitian mendatang juga dapat mempertimbangkan objek atau merek yang berbeda, serta menggunakan pendekatan metodologis atau perspektif teori yang beragam, guna memperoleh hasil mengenai faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen secara lebih mendalam dan lebih luas.