

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh Periklanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang produk *smartphone* Samsung di Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Periklanan memberikan kontribusi yang kuat dalam menumbuhkan minat beli ulang produk *smartphone* Samsung di Surabaya. Kemudahan konsumen dalam menemukan iklan yang informatif, efektif, menarik, dan kredibel dapat memengaruhi konsumen untuk menumbuhkan minat beli ulang.
2. Kualitas produk memiliki dampak yang lemah terhadap minat beli ulang *smartphone* Samsung di Surabaya. Meskipun konsumen merasakan kualitas produk memiliki keandalan dan berfungsi secara konsisten, hal ini tidak cukup kuat untuk memicu minat pembelian ulang konsumen secara pasti
3. Citra merek berkontribusi kuat terhadap minat beli ulang produk *smartphone* Samsung di Surabaya. Citra produk yang positif akan membangun kepercayaan, meningkatkan daya tarik produk, membangun citra merek yang positif, dan memengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik persepsi konsumen terhadap citra merek, semakin tinggi kepuasan dan minat mereka untuk membeli kembali.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian dan kesimpulan penelitian yang telah dibuat, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan yang dapat dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut:

1. Samsung perlu fokus pada beberapa aspek untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen. Kualitas produk, meskipun dinilai positif secara umum, tidak memiliki pengaruh yang cukup kuat untuk mendorong konsumen membeli kembali. Oleh karena itu, Samsung harus memperhatikan faktor lain yang memiliki peran lebih besar.
2. Samsung sebaiknya melanjutkan dan mengoptimalkan strategi periklanan yang informatif dan kredibel. Mengingat periklanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang, iklan harus terus mempromosikan keunggulan produk secara jujur agar pesan yang disampaikan dapat dipercaya oleh konsumen.
3. Citra merek Samsung yang positif harus terus diperkuat, terutama terkait pandangan konsumen terhadap Samsung sebagai produsen yang inovatif dan bertanggung jawab.
4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini agar dapat memahami faktor-faktor lain yang memengaruhi minat beli ulang, seperti kepuasan pelanggan, harga, atau promosi penjualan. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif.