



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data pengaruh Minat Beli Ulang, Kualitas Produk, Citra Merek, *Brand Prestige* pada Produk *Smartphone* Oppo yaitu diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.
2. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika citra merek meningkat maka minat beli ulang juga akan meningkat.
3. *Brand prestige* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika *brand prestige* meningkat maka minat beli ulang juga akan meningkat.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Oppo
  - a. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Oleh karena itu, Perusahaan Oppo perlu meningkatkan kualitas produk *Smartphone* Oppo dengan melakukan peningkatan kapasitas daya tahan baterai karena faktor tersebut merupakan aspek terpenting bagi konsumen agar kualitas produk meningkat sehingga mempengaruhi minat beli ulang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. Variabel citra merek dan *brand prestige* berpengaruh terhadap minat beli ulang.
- Oleh karena itu citra merek dan *brand prestige* yang dimiliki oleh Perusahaan Oppo perlu dijaga, dipelihara dan dipertahankan agar tidak menurun karena hal ini dapat meningkatkan minat beli ulang.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**2) Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih kompleks dan lebih baik lagi. Penelitian ini menggunakan variabel minat beli ulang, kualitas produk, citra merek, *brand prestige*. Dalam penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel lain, baik variabel *intervening*, variabel *independent*, maupun variabel *dependent*, seperti persepsi harga, promosi, loyalitas dan *brand trust* sehingga dapat menghasilkan penelitian baru yang bisa dipelajari oleh banyak orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.