



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan dan pengaruh Minat Beli Ulang, Kualitas Produk, Harga, Citra Merek pada produk *Smartphone* Oppo dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Jika kualitas produk meningkat maka minat beli ulang juga akan meningkat.
2. Daya Tarik Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Jika Daya Tarik harga meningkat maka minat beli ulang juga akan meningkat.
3. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Jika citra merek meningkat maka minat beli ulang juga akan meningkat.

B. Saran

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

1. Bagi Perusahaan Oppo

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli ulang. Maka diharapkan Perusahaan Oppo selalu meningkatkan, mengembangkan dan mempertahankan Kualitas produk dan Citra Merek agar minat beli ulang konsumen terhadap produk. *Smartphone* Oppo semakin tinggi. Demikian pula dengan harga, diharapkan harga produk yang ditawarkan

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.

Smartphone dapat sesuai dan terjangkau serta dapat terus bersaing dengan para kompetitornya.

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, harga, citra merek. Dalam penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel lain, baik variabel intervening, variabel independent, maupun variabel dependent, seperti citra *brand prestige*, promosi, loyalitas, dan *brand trust* sehingga dapat menghasilkan penelitian baru yang bisa dipelajari banyak orang.



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.