



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini, peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan dapat ditarik suatu kesimpulan serta saran – saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya dan pihak yang terkait dalam pembahasan penelitian ini.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang sudah dimiliki oleh peneliti, maka peneliti menarik kesimpulan yang menjelaskan secara keseluruhan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun jika peneliti menggunakan alpha 10% maka citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, semakin positif citra merek maka semakin cepat pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smarthphone* yang ditawarkan oleh produk Samsung. Hal ini berarti, semakin sesuai harga maka semakin cepat pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

B. Saran

Saran berguna untuk peningkatan mutu bagi pihak terkait pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti akan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Untuk Samsung

Dari perwakilan 95 responden yang sudah mengisi kuesioner sudah memberikan penilaian yang sangat baik untuk produk Samsung di *e-commerce*. Namun pada hasil rata rata citra merek, ditemukan nilai rata- rata terendah sebesar 3,77 pada pernyataan “Samsung memberikan fitur yang menarik atas setiap produk



smartphone dengan kualitas produk yang baik”, hal ini berarti, Samsung sebaiknya meningkatkan fitur yang menarik pada setiap produknya. Sedangkan pada hasil rata rata persepsi harga, ditemukan nilai rata- rata terendah sebesar 3,58 pada pernyataan “harga yang ditawarkan Smartphone Samsung sesuai dengan kualitas produknya”, hal ini berarti Samsung perlu menyesuaikan harga dan kualitas produknya. Selain itu Samsung juga perlu adanya inovasi untuk meningkatkan mutu kualitas sehingga tidak kalah saing dengan produk – produk lainnya. Selanjutnya, persepsi harga yang ditawarkan tidak menjadi masalah untuk para pelanggan karena harga yang ditawarkan masih terjangkau dan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan setimpal.

2. Untuk Penelitian berikutnya

Dengan adanya keterbatasan pada penelitian ini, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan penambahan variabel baru seperti promosi atau variabel lainnya. Hal ini tentu berpengaruh terhadap hasil yang akan didapatkan.

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.