

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dalam Bab ini akan memaparkan kesimpulan sebagai jawaban rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya:

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian hp iphone pada generasi milenial Kota Batam, simpulan ini dapat dibuktikan pada hasil pengujian parsial (uji T) untuk variabel *brand image* sebesar 1,551 lebih kecil dari T tabel sebesar 1,660 dengan nilai signifikan  $0,124 > 0,05$ .
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian hp iphone pada generasi milenial Kota Batam, simpulan ini dapat dibuktikan pada hasil pengujian parsial (Ujit T) untuk variabel kualitas produk sebesar 6,860 lebih besar dari T tabel sebesar 1,660 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
3. Hasil uji data secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) antara *brand image* (x1) dan kualitas produk (x2) terhadap keputusan pembelian (y) hp iphone pada generasi milenial Kota Batam. Simpulan ini dibuktikan dengan didapat hasil F hitung sebesar 54,687 besar dari F tabel 2,70 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05.

## 5.2 Saran

Dengan ini ada beberapa saran dari penulis berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, yakni:

1. Hasil dan pembahasan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi menjadi bahan referensi bagi peneliti lain di waktu yang akan datang.
2. Hasil dan pembahasan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan motivasi kepada generasi milenial Kota Batam dalam melakukan keputusan pembelian hp iphone dengan memperhatikan kualitas produk dan *brand image* yang ada.
3. Untuk peneliti di waktu yang akan datang disarankan untuk dapat memperluas cakupan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini, dan diharapkan dapat memperbaiki kekurangan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.