

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,918 > t$ tabel $1,968$.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,270 > t$ tabel $1,968$.
3. Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $43,361 > F$ tabel $3,03$.

5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas maka dapatlah diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan Asus dapat mengembangkan kualitas laptopnya menjadi laptop yang memiliki kualitas mesin yang lebih baik diantara merek yang lain.
2. Diharapkan Asus dapat mengembangkan kualitas baterai pada laptopnya menjadi lebih tahan lama dan awet dibanding merek lain.

3. Diharapkan kepada peminat laptop Asus, sebelum membeli laptop Asus agar terlebih dahulu mencari informasi sedetailnya terlebih dahulu. Selain itu kepada pihak Asus agar mencantumkan spesifikasi dari tiap jenis laptop secara jelas dan detail agar mempermudah peminat untuk mencari informasi mengenai laptop Asus.
4. Berdasarkan uji *R Square* (R^2) variabel bebas (citra merek dan kualitas produk) berpengaruh sebesar 23% terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Sedangkan sisanya sebanyak 77% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan konsumen.