

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan uji data yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Batam.
2. *Word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Batam.
3. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Batam.
4. Citra merek, *word of mouth*, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan bersamaan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Batam.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil oleh peneliti guna meningkatkan penjualan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Xiaomi disarankan untuk terus memperkuat citra merek melalui strategi pemasaran yang efektif dan konsisten agar menarik minat konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Xiaomi perlu terus memastikan kualitas produk tetap terjaga dengan inovasi berkelanjutan dan pengujian produk yang ketat sebelum diluncurkan ke pasar.
3. Xiaomi disarankan memanfaatkan ulasan dan rekomendasi dari pengguna yang puas, baik secara langsung maupun melalui platform digital untuk meningkatkan kepercayaan calon pembeli.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan konsumen dari berbagai wilayah atau negara serta menambah variasi produk dalam penelitian untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.