

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Citra Merek tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Samsung.
2. Promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Samsung.
3. Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Samsung.
4. Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Samsung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dalam penelitian ini:

1. Sebaiknya perusahaan meningkatkan citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk dimana Samsung menciptakan produk yang berkualitas serta terus berinovasi dalam mendesain produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian.
2. Perusahaan juga perlu melakukan peningkatan promosi agar menarik perhatian konsumen dalam mengetahui produk yang akan dijual. selain promosi membagikan brosur, perusahaan juga dapat melakukan promosi kegiatan publisitas dengan acara event.

3. Perusahaan dapat meningkatkan kembali kualitas produk yang lebih bagus agar bisa menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian, tidak hanya variabel citra merek, promosi dan kualitas produk saja. Sehingga menambah informasi yang lebih lengkap lagi tentang variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian Samsung.