

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan kepada seluruh data yang didapatkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Hasil uji Parsial(t) diperoleh nilai tidak signifikan. Hingga dapat menyimpulkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Masyarakat Batam.
2. Hasil uji Parsial(t) diperoleh nilai signifikan. Hingga dapat menyimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsug pada Masyarakat Batam.
3. Hasil uji Parsial(t) diperoleh nilai signifikan. Hingga dapat menyimpulkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Masyarakat Batam.
4. Hasil uji simultan(f) nilai signifikan dalam penelitian ini maka secara simultan Citra Merek, Kualitas produk dan *Word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli Handphone Samsung pada Masyarakat Batam.
5. Hasil uji determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,776 atau 77,6%. Hal ini menjelaskan bahwa sekitar 77,6% variabel keputusan pembelian bisa menjelaskan oleh variabel citra merek, kualitas produk, dan *word of mouth*. Dan sisanya 22,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat beberapa saran yang dapat diberikan

berhubungan dengan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini dapat dilihat di berikut ini:

1. Dalam hasil perhitungan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil citra merek berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian, dari hal ini PT. Samsung Electronics harus meningkatkan citra merek yang lebih baik lagi, citra merek yang ditingkatkan yaitu citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk.
2. Dalam meningkatkan kualitas produk PT. Samsung Electronics Penting untuk pembentukan produk yang berbobot dan perubahan dalam desain barang untuk memuaskan konsumen serta memastikan mutu dan fungsi yang diberikan oleh barang Samsung (khususnya pengguna).
3. Dalam meningkatkan *word of mout* PT. Samsung Electronics diharapkan dapat mengadopsi strategi khusus untuk membangkitkan pelanggan untuk terlibat dalam dialog aktif dengan orang lain, seperti meningkatkan nilai produk dan atributnya untuk meningkatkan kepuasan konsumen karena konsumen akan lebih yakin dalam menggunakan *Smartphone* samsung apabila konsumen tersebut menggunakannya secara langsung, sehingga konsumen akan merekomendasikan produk Samsung kepada keluarga, teman atau orang-orang terdekatnya.