

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah diungkapkan pada bagian sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan, positif, dan erat antara Brand Image dengan Keputusan Membeli pada para responden yang menggunakan Smartphone Samsung di Universitas “X”, kota Bandung.
2. Terdapat hubungan yang signifikan, positif antara aspek-aspek Brand Image dan Keputusan Membeli pada para responden yang menggunakan Smartphone Samsung di Universitas “X”, kota Bandung.

5.2. SARAN

5.2.1. Saran Teoretis

Peneliti memberikan saran pada peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang, sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan teori Kotler edisi terbaru dan teori yang membahas lebih dalam mengenai Brand Image dan Keputusan Membeli, karena teori Brand Image yang masih sedikit.

2. Peneliti menyarankan subjek penelitian dapat lebih luas, dan dengan jumlah lebih besar, sehingga hasil penelitian berikutnya memiliki kemampuan generalisasi yang lebih baik
3. Peneliti menyarankan pada peneliti berikutnya untuk memperdalam hasil penelitian ini, dengan menggunakan metode korelasi, yaitu studi mengenai hubungan antara Brand Image dengan Keputusan Membeli pada para responden.

5.2.2. Saran Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperlihatkan Brand Image pada para responden mahasiswa, yaitu, dari hasil tingkat keyakinan dari produk, price, place dan promotion dari responden.