

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

- Peneliti menerima H1, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand image* (Citra Perusahaan, Citra Pengguna, dan Citra Produk) terhadap Keputusan Pembelian terhadap Produk iPhone pada para mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha, kota Bandung.
- Koefisien kontribusi dari perhitungan adalah sebesar .319, yang berarti sebesar 31.9 % dari keputusan pembelian yang dimiliki oleh para mahasiswa terhadap Produk iPhone, dipengaruhi oleh *Brand image* (Citra Perusahaan, Citra Pengguna, dan Citra Produk)
- Peneliti menemukan persamaan regresi

$$\begin{aligned} \text{Keputusan Pembelian} \\ &= 1.169 + 0.076 \times \text{company image} + 0.301 \\ &\quad \times \text{customer image} + 0.323 \times \text{product image} \end{aligned}$$

Yang berarti:

- Jika variabel lain konstan, maka keputusan pembelian memiliki skor sejumlah 1.169
- Jika company image mengalami peningkatan skor sebanyak 1 (satu) skor, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar .076.

- Jika customer image mengalami peningkatan skor sebanyak 1 (satu) skor, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar .301
- Jika product image mengalami peningkatan skor sebanyak 1 (satu) skor, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar .323
- Citra Produk (Product Image) memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan ketiga dimensi lainnya

5.2. KETERBATASAN PENELITIAN

1. Peneliti ini hanya memakai variabel Customer Image, Product Image dan Company Image untuk mengukur keputusan pembelian.
2. Peneliti ini hanya menyebarkan kuesioner di sekitar Universitas Kristen Maranatha.
3. Peneliti ini hanya menggunakan Regresi Linear Sederhana

5.3 SARAN

1. Peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain untuk mengukur Keputusan pembelian seperti Brand Affect dan Brand Trust.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya menyebarkan kuesioner tidak hanya di daerah Universitas Kristen Maranatha saja, tetapi di tempat lain seperti di Mall dan di berbagai daerah kampus lainnya.
3. Peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan metode lain seperti Regresi Linear Berganda.