

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Minat Beli smartphone iPhone Merek Apple di Universitas Kristen Maranatha. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan, dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek terhadap variabel kepercayaan yang telah dibahas pada bab sebelumnya dengan semakin besarnya variabel citra merek, maka variabel kepercayaan terhadap suatu produk akan semakin besar dan besarnya pengaruhnya masuk kedalam kategori Sedang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan terhadap variabel minat beli yang telah dibahas pada dengan semakin besar variabel kepercayaan konsumen terhadap produk, maka semakin besar minat beli terhadap produk tersebut dan pengaruhnya masuk kedalam kategori Lemah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel citra merek terhadap variabel minat beli yang telah dibahas pada bab sebelumnya dengan semakin besarnya variabel citra merek, maka variabel minat beli konsumen akan suatu produk akan semakin besar pula dan pengaruhnya termasuk dalam kategori Sangat Lemah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan antara persamaan langsung dan tidak langsung, diketahui hubungan persamaan langsung lebih besar, oleh karena itu lebih baik menggunakan persamaan langsung yaitu variabel citra merek terhadap variabel minat beli. Dengan semakin besarnya variabel citra merek, maka variabel minat beli akan semakin besar juga, yang artinya jika citra merek semakin bagus atau tinggi, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan analisis data dan interpretasi hasil, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data pada penelitian ini masih dianggap kurang efektif karena menggunakan metode kuesioner dan *google form*, dimana penyebaran kuesioner harus manual dan membutuhkan waktu.
2. Penelitian hanya dilakukan di wilayah Kota Bandung di Universitas Kristen Maranatha dengan rentang waktu yang terbatas.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan, yaitu sebagai berikut:

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji variabel bebas yang lain, sesuai dengan fenomena yang terjadi sehingga dapat lebih menggambarkan variabel apa yang berpengaruh terhadap minat beli.