

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk Hipotesis 1, H_a diterima dan H_o ditolak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dan keputusan pembelian. Pengaruh yang ada merupakan pengaruh positif, yang berarti bahwa peningkatan citra merek akan mendorong keputusan pembelian pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung yang menggunakan Laptop Merek ASUS. Didapat nilai koefisien determinasi sebesar 0.566. dengan demikian, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 56.6%
2. untuk hipotesis 2, H_a diterima dan H_o ditolak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Pengaruh yang ada merupakan pengaruh positif, yang berarti bahwa peningkatan kualitas produk akan mendorong keputusan pembelian pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung yang menggunakan Laptop Merek ASUS. Didapat nilai koefisien determinasi sebesar 0.886. dengan demikian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 88.6%

5.2.Implikasi Penelitian

Impikasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dan keputusan pembelian. Dengan demikian, peningkatan citra merek di dalam perusahaan, akan meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Perusahaan harus terus menerus menjaga adanya citra merek yang baik.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Dengan demikian, perusahaan harus menjamin kualitas produk tetap berada dalam kondisi yang baik, dengan demikian, adanya kualitas produk yang terjamin akan mendorong keputusan pembelian.

5.3.Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya keterbatasan penelitian, yaitu:

- Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- Penelitian dilakukan pada responden sejumlah 101 orang responden
- Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung yang menggunakan Laptop Merek ASUS

5.4.Saran

Saran secara teoretis yang diberikan adalah:

- Peneliti menyarankan menambahkan beberapa variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian
- Peneliti menyarankan untuk menambahkan item pertanyaan dan menggunakan metode pengambilan sample yang lain sehingga hasil dari penelitian dapat digeneralisasikan pada sampel yang lebih luas.

Saran bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

- Peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk dapat terus menjaga dan meningkatkan brand image yang dimiliki, dengan cara terus menerus melakukan promosi dan edukasi terus menerus, sehingga dapat mendorong citra yang positif terhadap merek ASUS
- Peneliti menyarankan untuk dapat menjaga kualitas produk, dimana perusahaan harus melakukan quality control terus menerus secara rutin, dan mendorong kualitas yang lebih baik di kemudian hari, sehingga ASUS dapat dikenal sebagai produsen laptop yang berkualitas.