

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan antara *brand image* dengan keputusan membeli pada mahasiswa Universitas X di kota Bandung, didapatkan hasil bahwa tidak terdapat hubungan antara brand image dan keputusan membeli ponsel NOKIA tipe QWERTY.
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan antara *brand image* dengan keputusan membeli pada mahasiswa Universitas X di kota Bandung, didapatkan hasil bahwa responden terbanyak memiliki *brand image* yang positif terhadap ponsel NOKIA tipe QWERTY dan memilih untuk membeli ponsel NOKIA tipe QWERTY sebanyak 31 mahasiswa (29,5%) dan responden yang paling sedikit adalah yang memiliki *brand image* negatif terhadap ponsel NOKIA tipe QWERTY dan memutuskan untuk tidak membeli ponsel NOKIA tipe QWERTY sebanyak 20 mahasiswa (19,2%). Namun perbedaannya tidak terlalu signifikan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dapat diajukan beberapa saran yaitu :

1. Disarankan kepada PT.NOKIA Corporation untuk menjaga kualitas produk-produk buatan NOKIA. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat memberikan kesan positif terhadap setiap produk NOKIA yang diluncurkan di pasaran.
2. Disarankan kepada bagian pemasaran PT. NOKIA Corporation untuk lebih kreatif dan lebih gencar dalam melaksanakan pemasaran produk-produk NOKIA tipe QWERTY melalui iklan dan promosi. Hal ini dimaksudkan agar dapat meningkatkan penjualan ponsel NOKIA, khususnya tipe QWERTY di Indonesia.
3. Disarankan kepada peneliti lain untuk meneliti lebih lanjut mengenai variable-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan membeli selain variable *brand image*.