

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli iPhone.

1. Secara simultan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1), variabel harga (X2), dan variabel citra merek (X3) terhadap minat beli (Y) sebesar **10%**, sedangkan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah sebesar 90%.
2. Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap minat beli (Y) iPhone di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha, namun memiliki pengaruh sebesar **5.9%**.
3. Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X2) terhadap minat beli (Y) iPhone di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha, namun memiliki pengaruh sebesar **1.1%**.
4. Secara parsial dapat disimpulkan bahwa yang terdapat pengaruh signifikan adalah antara variabel citra merek (X3) terhadap minat beli (Y) iPhone sebesar **11.1%** di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil simpulan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Minat beli. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh Apple Inc selaku produsen iPhone dan untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

Saran bagi perusahaan:

1. Apple sebaiknya membuat lini baru untuk pasar *smartphone* agar dapat memperluas pangsa pasar yang lebih besar, tetapi tidak menggunakan nama iPhone. Ini ditujukan untuk tetap menjaga ke-eksklusifan dari iPhone itu sendiri. Jika iPhone dengan harga yang murah, maka iPhone tidak menjadi produk yang eksklusif lagi.
2. Berdasarkan hasil penelitian, Apple sudah menawarkan kualitas yang sudah baik, akan tetapi pada desain produknya yang masih monoton. Hendaknya, Apple dapat memberikan fitur tambahan yang lebih beragam dan merubah desain yang masih berkesan eksklusif untuk iPhone agar konsumen menjadi lebih tertarik.

Saran bagi penelitian selanjutnya:

1. Peneliti menyarankan agar memperluas populasi yang akan diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang terdistribusi dengan baik.
2. Peneliti menyarankan untuk meneliti variabel selain kualitas produk, harga dan citra merek yang dapat mempengaruhi minat beli. Seperti pengaruh *Word of Mouth*, desain produk, gaya hidup, kelas sosial yang menjadi faktor-faktor minat beli.
3. Peneliti menyarankan untuk membandingkan kualitas produk, harga dan citra merek pada dua merek *smartphone* yang berbeda.
4. Peneliti menyarankan untuk menggunakan pengujian analisis selain uji regresi berganda.