

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung pada mahasiswa di Yogyakarta. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung pada mahasiswa di Yogyakarta, dengan nilai signifikansi sebesar 0,684.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung pada mahasiswa di Yogyakarta, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002.
3. Variabel harga produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung pada mahasiswa di Yogyakarta, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.
4. Variabel citra merek, kualitas produk dan harga produk memberikan sumbangan pengaruh sebesar 62,6% terhadap keputusan pembelian dan sisanya 37,4% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.

B. Saran

1. Samsung elektronik harus bisa mempertahankan kualitas produknya bahkan meningkatkan kualitas produknya karena *smartphone* Samsung sudah menjadi handphone yang sangat diminati oleh konsumen.
2. Harga produk *smartphone* Samsung perlu dipertahankan agar konsumen dapat memilih sesuai spesifikasi yang di inginkan.
3. Pada penelitian ini hanya menggunakan 115 responden sebagai sampel penelitian, untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan jumlah responden yang lebih banyak guna meningkatkan keakuratan dalam mengolah data.
4. Pada penelitian selanjutnya sebaiknya peneliti menggunakan variabel lain seperti loyalitas, atau promosi yang mempengaruhi pengguna produk *smartphone* Samsung dalam keputusan pembelian.