

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Jakarta Timur berdasarkan *brand image* dan inovasi produk, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel *Brand Image* (X1) dan Inovasi Produk (X2) secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($167,594 > 3,09$). Adapun rumus persamaan regresi $Y = 11.939 + 0,853 X_1 + 0,479 X_2$ dari persamaan tersebut bahwa *brand image* dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik nilai regresi maka semakin baik penambahan tingkat keputusan pembelian.
2. Variabel *Brand Image* (X1) dan Inovasi Produk (X2) secara simultan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar ($167,594 > 3,09$).
3. Variabel *Brand Image* (X1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($5,494 > 1,985$).

4. Variabel Inovasi Produk (X2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $(5,072 > 1,985)$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat diberikan sebagai berikut :

1. Sebaiknya *smartphone* Samsung terus mempertahankan *brand image* supaya *brand smartphone* yang diproduksi berkualitas serta menjadi *brand smartphone* nomor satu terkenal di pasaran dengan kekuatan, keunikan, serta keuntungan pada *smartphone* Samsung sehingga akan mudah berkesan oleh masyarakat dalam melakukan pembelian ulang.
2. Sebaiknya produk *smartphone* Samsung dapat terus meningkatkan *brand* merek dan inovasi produk, supaya *brand* dan inovasi yang diciptakan berkualitas dan berinovasi agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Sebaiknya perusahaan Samsung lebih meningkatkan *brand image* pada *smartphone* Samsung dengan menghadirkan seperti kekuatan merek *smartphone* agar mudah dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli *smartphone* Samsung.
4. Sebaiknya perusahaan Samsung lebih meningkatkan inovasi produk pada *smartphone* Samsung dengan menghadirkan beberapa macam varian *smartphone* seperti keunggulan warna, bentuk, serta *type* yang berbeda-beda agar mudah dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli *smartphone* Samsung.