

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di wilayah Jakarta Timur berdasarkan citra merek dan kualitas produk, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel citra merek (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $119,930 > 3,09$. Adapun rumus persamaan regresi $Y = 3,578 + 0,372 (X_1) + 0,393 (X_2)$ dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik nilai regresi maka semakin baik peningkatan keputusan pembelian. Dan besarnya pengaruh sebesar 0,712 (71,2%) dan sisanya (28,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung.
2. Variabel citra merek (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $11,754 > 1,985$. Dan besarnya pengaruh sebesar 0,585 (58,5%) dan sisanya (41,5%) dipengaruhi oleh variabel lain

yang tidak diteliti. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung. (H_a diterima dan H_0 ditolak). Hal ini disebabkan karena responden merasa setuju terhadap citra merek smartphone Samsung sehingga dapat mendorong keputusan pembelian smartphone Samsung.

3. Variabel kualitas produk (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $13,435 > 1,985$. Dan besarnya pengaruh sebesar 0,648 (64,8%) dan sisanya (35,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung (H_a diterima dan H_0 ditolak). Hal ini disebabkan karena responden merasa setuju terhadap kualitas produk smartphone Samsung sehingga dapat mendorong keputusan pembelian smartphone Samsung.

5.2. Saran

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

1. Dikarenakan Citra Merek dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 71,2% oleh karena itu Samsung sebaiknya terus meningkatkan Citra Merek dan meningkatkan Kualitas Produk dimata konsumen smartphone Samsung.

2. Dilihat dari hasil nilai deskriptif pada variabel citra merek dengan indikator pertanyaan smartphone merek Samsung menawarkan RAM yang besar dengan nilai 4,70. Maka dari hasil ini harus dipertahankan agar meningkatkan keputusan pembelian.
3. Dilihat dari hasil nilai deskriptif pada variabel citra merek dengan indikator pertanyaan smartphone merek Samsung menerima banyak penghargaan seperti IF Design Award 2024 dengan nilai 4,16. Maka dari hasil ini harus ditingkatkan agar meningkatkan keputusan pembelian

