

BAB IV

PENUTUP

Pada bagian sebelumnya sudah dijabarkan kumpulan data yang telah ditelaah, maka bagian ini akan menyampaikan kesimpulan dari penelitian, juga saran.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk *Smartphone* Asus sudah memiliki beberapa kualitas yang baik seperti fitur yang bisa diandalkan dan diinginkan, dapat berfungsi dengan baik, memiliki kualitas mutu yang sudah baik, dapat menunjang kegiatan kuliah, memiliki jasa layanan perbaikan dan jaminan garansi, service centre yang mudah ditemukan, dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Tetapi masih ada beberapa hal yang bisa menjadi perhatian seperti kualitas kamera yang buruk, tidak memiliki bentuk yang menarik, sering mengalami masalah dan panas yang berlebih, tidak sesuai dengan gaya saat ini, tidak mudah tahan lama, sering rusak, dan baterai yang cepat habis.
2. Citra merek *Smartphone* Asus telah memiliki citra yang baik seperti, manfaat dari atribut mengenai merek Asus, merek Asus dapat memenuhi kebutuhan akan *Smartphone*, *Smartphone* Asus mudah diingat dan di ucap, dapat menimbulkan citra merek Asus dalam benak pemakai, dan memberikan pengalaman sesuai harapan. Namun masih ada beberapa hal yang bisa menjadi perhatian seperti *Smartphone* Asus yang tidak unik, model yang mudah ditiru

oleh pesaing, *Smartphone* Asus bukan produk favorit masyarakat, dan merek Asus tidak tertanam dalam benak pengguna

3. Minat Beli telah memiliki indikator yang baik seperti adanya ketertarikan dengan tawaran yang *Smartphone* Asus berikan, adanya pencarian informasi mengenai *Smartphone* Asus, tetapi masih ada indikator yang belum sesuai harapan, *Smartphone* Asus tidak membuat perhatian tertuju terhadap penawaran *Smartphone* Asus, serta tidak adanya keinginan dari konsumen untuk membeli *Smartphone* Asus yang telah ditawarkan sebelumnya
4. Keputusan Pembelian yang dimiliki *Smartphone* Asus memiliki indikator yang baik seperti kemudahan mencari dan mendapatkan informasi mengenai *Smartphone* Asus, dan kegiatan evaluasi terhadap merek lain selain Asus, namun masih banyak indikator yang bisa menjadi perhatian ke depannya seperti, tidak dapat memenuhi kebutuhan, *Smartphone* Asus tidak menjadi alternatif yang lebih baik dari pesaing, konsumen tidak yakin setelah melakukan pembelian *Smartphone* Asus, adanya ketidakpuasan selama memakai *Smartphone* Asus, pengguna juga tidak merekomendasikan *Smartphone* Asus kepada orang lain dan tidak akan membeli kembali *Smartphone* Asus.
5. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berarti ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian akan ikut meningkat.
6. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Berarti ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka minat beli akan ikut meningkat.

7. Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Berarti ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek maka minat beli akan ikut meningkat.
8. Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berarti ini menunjukkan bahwa semakin baik Citra Merek maka keputusan pembelian akan ikut meningkat
9. Minat Beli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berarti ini menunjukkan bahwa semakin baik Minat Beli maka keputusan pembelian akan ikut meningkat
10. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.
11. Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

4.2 Saran

Berangkat dari kesimpulan, berikut ini saran yang dapat diberikan

1. Bagi perusahaan

Bisa dimulai dari meningkatkan kualitas *Smartphone* yang di produksinya, memberi kamera dengan sensor yang besar dan modern, melakukan peremajaan desain, mengganti *chipset smartphone* dengan yang tidak mudah panas, memperhatikan build quality dari *Smartphone*, mengganti baterai dengan produsen lain yang lebih baik. Kemudian untuk peningkatan citra merek, bisa dilakukan dengan menciptakan ide atau fitur baru, menciptakan desain yang tidak monoton, menciptakan *Smartphone* dengan

value of money yang baik, dan perbanyak kegiatan promosi untuk menciptakan kesadaran atas merek Asus. Kemudian untuk minat beli, perusahaan bisa mulai berbenah dengan menciptakan tawaran yang menarik seperti harga yang lebih bersaing dan promosi yang gencar dilakukan. Untuk keputusan pembelian bisa dimulai dari meningkatkan nilai dari *Smartphone* Asus seperti menciptakan desain yang menarik dan digemari pasar, memasang harga yang bersaing, meningkatkan performa *smartphone* dengan memberi spesifikasi yang terbaru, meningkatkan *build quality smartphone*, mengurangi masalah minor seperti *error* atau *bug*.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya yang meneliti dengan topik yang sama untuk menggunakan metode SEM-PLS yang dapat menghasilkan hasil yang lebih tepat. Dalam pengumpulan data alangkah lebih baik menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan pada tiap fakultas. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menemukan data yang lebih baru.