

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh *Brand image*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada produk iphone, maka dari itu bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pada penelitian ini, ditemukan bahwa secara parsial *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
2. Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini, ditemukan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
3. Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini, ditemukan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
4. Berdasarkan penelitian ini bisa dilihat bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat beli dibandingkan dengan variabel harga.

#### **5.1 Implikasi Manajerial**

Implikasi manajerial pada penelitian ini adalah :

1. Pada variabel *Brand image*, dibandingkan dengan indikator lainnya, indikator “ Iphone diproduksi oleh perusahaan yang memiliki kredibilitas tinggi” memiliki nilai rata-rata paling tinggi, bagi konsumen *Brand image* suatu hal penting yang diberikan oleh produsen atau sebuah produk yang bisa merujuk para konsumen untuk berminat membelinya, oleh karena itu produsen harus menciptakan sebuah *Brand image* yang baik dipasaran agar dapat menarik konsumen untuk membelinya.

2. Pada variabel Harga, dibandingkan dengan indikator lainnya, indikator “ Harga sesuai dengan daya beli konsumen “ memiliki nilai rata- rata paling rendah, bagi konsumen harga tidak selalu membuat mereka tertarik membelinya, bukan hanya sekedar harga yang dilihat para konsumen tetapi *brand image* dan kualitas produkpun mampu menarik para konsumen untuk membelinya, oleh karena itu produsen jangan hanya menciptakan sebuah harga tetapi *brand image* dan kualitas produk juga harus diciptakan secara baik agar konsumen bisa memutuskan untuk membelinya.
3. Pada variabel Kualitas Produk, dibandingkan dengan indikator lainnya, indikator “ Kebebasan menggunakan iphone sangat memudahkan ketika digunakan “ memiliki nilai rata-rata paling tinggi, bagi konsumen kualitas produk yang didapatkan dari produsen mampu menciptakan para konsumen untuk berminat membelinya, oleh karena itu produsen harus menciptakan sebuah kualitas produk yang menjanjikan agar terciptanya minat beli dari para konsumen.

