

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Iklan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung dimasa pandemi. Artinya iklan yang diberikan Samsung diberbagai media masa kurang menarik minat beli konsumen.
2. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Citra Merek terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil yang positif, dimana Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik citra sebuah *brand* dimata masyarakat, semakin tinggi minat beli masyarakat tersebut.
3. Bahwa hasil pengujian secara simultan variabel bebas Iklan dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian sebesar 38,1% dan sisanya sebesar 61,9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi Manajerial

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain:

1. Hendaknya Samsung mengurangi anggaran yang dikeluarkan dalam mengiklan kan produknya dan lebih berfokus pada membangun citra merek yang selama ini telah baik dimata masyarat, atau dengan cara membentuk tim baru yang kreatif dalam menarik minat beli konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hendaknya Samsung

mengedepankan apa yang telah diraihny dan meningkatkan citra merek agak lebih dikenal masyarakat.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini seperti kualitas produk, promosi, dan kepuasan konsumen sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan Keputusan Pembelian.
4. Terdapat data yang tidak normal dalam penelitian ini sehingga penelitian ini hanya bersifat lokal dan tidak dapat di generalisasikan serta peneliti tidak dapat mengambil kesimpulan umum pada penelitian ini.

