

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari penelitian ini, yaitu :

1. Citra merek berpengaruh terhadap minat beli *Smartphone* Oppo pada mahasiswa Universitas Bung Hatta.
2. Promosi berpengaruh terhadap minat beli *Smartphone* Oppo pada mahasiswa Universitas Bung Hatta.
3. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli *Smartphone* Oppo pada mahasiswa Universitas Bung Hatta.

#### **5.2 Implikasi**

1. Disarankan kepada pihak *Smartphone* Oppo untuk terus mempertahankan dan meningkatkan citra merek. Hal ini disebabkan karena variabel tersebut mempunyai peranan penting yang menentukan minat beli konsumen. Artinya citra merek yang baik dipersepsikan oleh konsumen tentu akan menciptakan keinginan untuk memilikinya.
2. Disarankan kepada pihak *Smartphone* Oppo untuk selalu berupaya memberikan promosi yang jelas dan menarik agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap *Smartphone* Oppo.
3. Disarankan kepada pihak *Smartphone* Oppo untuk selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh

konsumen agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap *Smartphone* Oppo.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum menggunakan seluruh konsumen sebagai responden, tetapi masih menggunakan sampel dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*.
2. Penelitian ini membatasi penelitian pada pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli *Smartphone* Oppo. Dengan demikian variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi minat beli belum termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini.

### **5.4 Saran**

1. Sebaiknya perusahaan *Smartphone* Oppo diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen agar terjadinya/ muncul rasa ingin memilikinya sesuai dengan kebutuhan mereka.
2. Peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menambah satu variabel baru yang belum digunakan dalam penelitian ini yang meliputi harga, kualitas layanan dan sebagainya. Saran tersebut penting untuk meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.