

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini memberikan bukti empiritis mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk, dan nilai pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan pada merek laptop Asus dengan 80 responden yang merupakan masyarakat Kota Padang menunjukkan bahwa:

1. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Pelanggan pada merek laptop Asus (studi kasus masyarakat kota Padang)
2. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Pelanggan pada merek laptop Asus (studi kasus masyarakat kota Padang)
3. Nilai Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Pelanggan pada merek laptop Asus (studi kasus masyarakat kota Padang)

#### **5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian**

Penelitian menyadari bahwa hasil penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki beberapa kekurangan dan kelemahan. Keterbatasan tersebut meliputi:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada pengguna laptop Asus, sehingga hasil penelitian tidak sama dengan produk laptop lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti Hp, Dell, Acer, Apple, dan Lenovo.

2. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 80 orang dan masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.
3. Teknik analisis data dalam pengujian hipotesis ini masih menggunakan program *SEM-PLS*. Dengan demikian, peneliti berikutnya disarankan agar menggunakan jenis program lainnya seperti SPSS atau Amos.
4. Proses penyebaran kusioner tidak menggunakan proses monitoring yang ketat sehingga mempengaruhi hasil ketepatan dan kehandalan pengujian pada poin pernyataan yang dihasilkan. Oleh karena itu peneliti selanjutnya dapat lebih efektif dan memilih responden agar hasil yang diperoleh menjadi lebih baik dari penelitian ini.

### **5.3 Implikasi penelitian**

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan sapat diajukan impilkasi penting yang dapat bermanfaat bagi masyarakat kota Padang yang ingin melakukan pembelian produk laptop Asus. Hasil penelitian ini menunjukkan Citra Merek membuat konsumen ingin membeli laptop Asus karena persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, terdapat kecendrungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui dari berbagai sumber. Sedangkan Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan tidak terlalu berpengaruh kepada konsumen untuk melakukan pembelian laptop Asus. produk lapptop Asus harus memberikan pengalaman yang baik serta menumbuhkan kepercayaan merek untuk membuat konsumen tertarik terhadap laptop Asus.