

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada BAB IV maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli maka dapat disimpulkan bahwa *country of origin smartphone* Oppo mempengaruhi minat beli mahasiswa Universitas Bung Hatta.
2. Hasil penelitian menunjukkan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli maka dapat disimpulkan bahwa *brand image smartphone* Oppo mempengaruhi minat beli mahasiswa Universitas Bung Hatta.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sesuai dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa *country of origin* mempengaruhi minat beli *smartphone* Oppo, ini artinya perusahaan selain mempromosikan produk sebaiknya juga turut mempromosikan perkembangan dan kemajuan teknologi negara China sebagai Negara asal produk *smartphone* Oppo.

2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Brand Image* turut mempengaruhi minat beli *smartphone* Oppo, maka dari itu perusahaan sebaiknya terus menjaga eksistensi di kancah persaingan produk *smartphone* dunia dengan terus berinovasi supaya citra merek *smartphone* Oppo yang sudah baik dimata konsumen tetap terus terjaga.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli, seperti variabel harga, kualitas, promosi, persepsi dll. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode berbeda dalam meneliti minat beli, seperti melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.