

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Sebagai akhir dari penulisan, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relevan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian I-phone (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Dan berdasarkan Uji T kualitas produk paling berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dari variabel citra merek, dan harga.
2. Citra merek berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian I-phone (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Dan berdasarkan Uji T, citra merek berada pada peringkat ke tiga setelah kualitas produk dan harga .
3. Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian I-phone (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sosial UIN SUSKA Riau. Dan berdasarkan Uji T, harga berada pada peringkat kedua setelah kualitas produk.

- 4. Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian I-phone (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau).
- 5. Untuk hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga memberikan kontribusi kepada keputusan pembelian I-phone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau sebesar 52,6%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian maka di ajukan beberapa saran antaralain :

- 1. Untuk variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian I-phone pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau serta paling dominan dari variabel citra merek, dan harga. Hal ini dapat dijadikan pengaruh bagi Apple computer Corp untuk meningkatkan lagi kualitasnya, sehingga membuat konsumen memutuskan untuk membeli I-phone. Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka saran yang dapat diberikan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap kualitas produk adalah sebagai berikut:



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Perusahaan Apple computer corp selaku produsen dari I-phone mempertahankan kualitas produknya yang memang disukai oleh mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau.
  - b. Perusahaan Apple computer corp untuk kedepannya lebih mampu bersaing dengan pesaingnya dalam hal kualitas produk.
  - c. Perusahaan Apple computer corp diharapkan untuk kedepannya menciptakan produk-produk baru yang lebih berkualitas, berinovasi dan diminati konsumen.
2. Untuk variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian i-phone di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Untuk variabel citra merek menduduki peringkat ketiga, dimana T-hitung citra merek adalah menjadi yang terkecil antara ketiga variabel. Untuk itu sebagai saran harus meningkatkan citra merek, dengan cara:
- a. Membuat persepsi dibenak konsumen dalam hal menjadi merek yang baik.
  - b. Perusahaan membuat pesan iklan untuk masyarakat indonesia. khususnya pada produk I-phone yang belum ada iklannya di media indonesia. Dan membuat jargon yang mudah diingat konsumen
3. Untuk variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian I-phone di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Untuk variabel harga menduduki peringkat kedua setelah kualitas produk, melalui uji T. Maka saran yang diberikan untuk variabel harga adalah:



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Sebaiknya perusahaan mampu bersaing dari segi harga dengan pesaingnya, karena akan meningkatkan penjualan dan dapat mendongkrak citra merek agar lebih baik lagi.
  - b. Dan perusahaan Apple computer corp sebagai perusahaan berasal dari amerika sebaiknya memikirkan strategi penetapan harga yang baik untuk masyarakat indonesia, yang mana sebelumnya harga I-phone yang dibuat diindonesia terlalu mahal dan kurang mampu bersaing diindonesia.
4. Bagi mahasiswa pengguna i-phone sebaiknya memperhatikan kegunaan i-phone itu sendiri. Baik dari segi kualitas, citra merek, maupun harganya.
  5. Untuk persentase sumbangan antara pengaruh Kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap Keputusan pembelian pada I-phone di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. sebesar 52,6% yang artinya memberikan persentase yang lumayan baik dan setengah dari angka 100%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 47,4 % dipengaruhi oleh faktor lain. Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variabel-variabel lain agar dapat terlihat dan diketahui variabel apa saja selain kualitas produk, citra merek dan harga yang mempengaruhi atau mempunyai hubungan dengan peningkatan Keputusan pembelian.
  6. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukkan dan menambahkan variable lain sebagai variable bebas, sehingga dari penelitian lanjutan yang nantinya dilakukan. akan dapat diketahui variable-variabel lain yang sangat

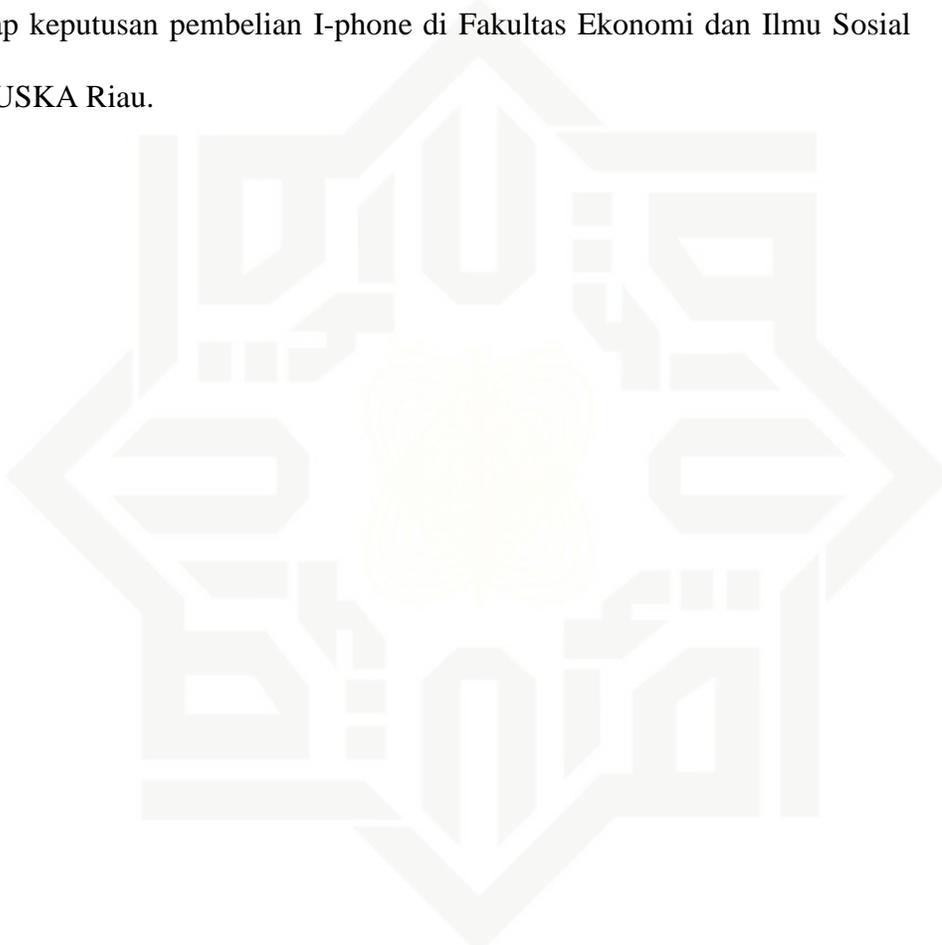
mempengaruhi keputusan pembelian I-phone. Hal ini penting dilakukan karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan ini, ternyata variable variabel bebas yang diteliti yang terdiri dari Kualitas produk (X1), Citra merek (X2), dan Harga (X3) hanya mampu memprediksi sebesar 52.4% terhadap keputusan pembelian I-phone di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU