

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai citra merek dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *favorability of brand association*, *strength of brand association* dan *uniqueness of brand association* berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang diberikan dapat dikatakan baik. Dimensi *favorability of brand association* memiliki persentase penilaian paling tinggi, sedangkan dimensi *strength of brand association* memiliki persentase penilaian paling rendah.
2. Gambaran mengenai kualitas produk dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *Performance*, *Features*, *Reliability*, *Conformance*, *Durability*, *Serviceability*, *Aesthetic*, *Perceived quality* berada pada kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga keputusan pembelian *smartphone* samsung pada anggota forum samsung indonesia di facebook.
3. Citra merek dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung pada anggota forum samsung indonesia di facebook. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra merek dan kualitas produk maka semakin tinggi juga keputusan pembelian *smartphone* samsung pada anggota forum samsung indonesia di facebook.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung (survei pada anggota forum samsung Indonesia di facebook), yaitu berikut ini:

1. Pengaruh variabel citra merek *smartphone* samsung secara menyeluruh memiliki pengaruh signifikan dan dikategorikan baik pengaruhnya terhadap keputusan pembelian tetapi ada beberapa yang perlu dilakukan perbaikan yaitu dimensi *strength of brand association* memiliki nilai paling rendah pengaruhnya pada keputusan pembelian, sehingga perusahaan perlu memperkuat asosiasi dari dalam maupun luar perusahaan, agar citra yang tertanam dalam diri konsumen terhadap *smarthone* samsung juga semakin baik.

2. Perusahaan disarankan meningkatkan kualitas merek samsung dengan cara mengembangkan teknologi yang ada pada *smarthone* samsung sehingga menjadi merek pilihan utama yang dapat memenuhi kualitas produk dalam beraktifitas.
3. Pengaruh keputusan pembelian pada anggota forum samsung indonesia di facebook berada pada kategori tinggi, tetapi masih perlu adanya perbaikan pada dimensi penentuan jumlah pembelian memiliki nilai paling rendah kontribusinya pada keputusan pembelian. Peneliti menyarankan perusahaan lebih gencar dalam mendapatkan loyalitas pengguna agar tidak beralih ke merek lain, dengan cara meningkatkan kualitas produk, promosi atau diskon.
4. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 23,1% dan sisanya 67,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Maka penulis merekomendasikan agar perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian pada anggota forum samsung indonesia dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan promosi atau diskon untuk menciptakan keputusan pembelian yang tinggi.