

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengelolaan data dan analisis data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian tentang Brand Image (X1), Atribut Produk (X2), dan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Smartphone Vivo di Bandar Lampung. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Brand Image secara Parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Vivo di BandarLampung.
2. Atribut Produk secara Parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Vivo di Bandar Lampung.
3. Brand Image (X1), Atribut Produk (X2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Vivo di BandarLampung.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, saran-saaran yang dapat diberikanolehpenulis sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian variabel brand image, menurut responden vivo memiliki kelemahan pada melakukan perubahan dan inovasi pada citra merek yang kurang update, oleh karena itu Dari sisi Citra konsumen, *smartphone Vivo* agar meningkatkan dan melakukan perubahan yang tidak hanya membantu menyelesaikan tugas sehari-hari, tetapi juga sebagai pelengkap gaya hidup dan membuat semakin percaya diri penggunaanya. Dari segi Citra produk, *smartphone Vivo* berusaha menghadirkan produk dengan fitur-fitur yang relevan, dan membuat inovasi - inovasi terbaru.

2. Menurut responden, atribut produk pada smartphone vivo yang belum lengkap dalam spesifikasi yang digunakan baik untuk berbagai pekerjaan dan gaya hidup pengguna dalam kehidupan sehari-hari.

3. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan updatean aplikasi yang lebih canggih dan mempermudah bagi pemakainya.
4. Dari Variabel Brand Image, memiliki nilai terendah diantara variable independen yang lainnya, maka sebaiknya manajemen semakin menyempurnakan teknologi inovatif agar selalu menjadi pelopor tren, membantu menyelesaikan tugas sehari-hari, juga sebagai pelengkap gaya hidup dan membuat semakin percaya diri penggunanya. Selain itu Smartphone Vivo berusaha menghadirkan dan melengkapi produk dengan fitur-fitur yang relevan, inovasi-inovasi terbaru, mengembangkan spesifikasi dan desainnya agar selalu menjadi *smarthphone* terbaik. Hal ini tentu disebabkan oleh semakin tingginya persaingan merek smarthphone di pasaran global sehingga konsumen harus terus dimanjakan dengan updatean aplikasi yang lebih canggih dan mempermudah pemakainya dalam mengakses informasi dan membantu meningkatkan produktifitas kerja sehingga permintaan akan *smarthphone* Vivo bisa terus stabil dan naik.
5. Sebagai peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan atribut-atribut yang belum digunakan pada penelitian dan memperluas sampel penelitian dengan menggunakan variabel ataupun bentuk uji statistik lainnya sehingga di dapatkan hasil yang lebih baik.