

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis regresi linier berganda dengan uji T dan F yang telah dilakukan dengan program SPSS 21.0, maka kesimpulan dalam penelitian ini antara lain:

Tidak terdapat pengaruh signifikan dari faktor *Perceived Quality* ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Terdapat pengaruh signifikan dari faktor *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari faktor *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung :

Dengan tidak terdapat pengaruh signifikan dari faktor *Perceived Quality* terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung, disarankan perusahaan memperbaiki *Perceived Quality* antara lain: Kinerja (performance), Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), Keandalan (reliability), Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications), Daya tahan (durability), Serviceability, Estetika dan Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality) agar berpengaruh terhadap minat beli .

Dengan terdapat pengaruh signifikan dari faktor *Negara Asal* terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung, disarankan Negara Asal tetap dipertahankan atau di tingkatkan antara lain: Inovasi negara dalam berproduksi, Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek, Desain produk, Kreativitas berproduksi, Kualitas produksi, Prestige atau gengsi yang dimiliki negara asal merek, dan Citra negara asal merek sebagai negara maju agar pengaruh terhadap minat beli semakin meningkat.

Dengan terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari faktor *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung, *Perceived Quality* akan di pertimbangkan oleh konsumen jika negara maju ditingkatkan anantara lain: Inovasi negara dalam berproduksi, Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek, Desain produk, Kreativitas berproduksi, Kualitas produksi, Prestige atau gengsi yang dimiliki negara asal merek, dan Citra negara asal merek sebagai negara maju.