

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan dari penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas (X1) berpengaruh terhadap perluasan merek (Y) Xiaomi di Bandar Lampung.
2. Persepsi kesesuaian (X2) berpengaruh terhadap perluasan merek (Y) Xiaomi di Bandar Lampung.
3. Persepsi kualitas (X1) dan persepsi kesesuaian (X2) berpengaruh terhadap perluasan merek (Y) Xiaomi di Bandar Lampung.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan perluasan merek Xiaomi di Bandar Lampung :

1. Jika dilihat dari faktor persepsi kualitas (X1) saran yang diberikan untuk Xiaomi adalah: Xiaomi harus terus meningkatkan kualitas produk – produknya sehingga produk Xiaomi dapat lebih tahan lama, inovasi desain yang lebih ergonomis namun dengan harga yang sangat terjangkau jika dibandingkan dengan merek sekelasnya sehingga nantinya Xiaomi banyak digunakan kalangan remaja dan pekerja kantor.
2. Jika dilihat dari faktor persepsi kesesuaian (X2) saran yang diberikan pada Xiaomi adalah: Xiaomi harus terus meningkatkan mutu produk perluasannya yang sama dengan mutu produk induknya serta produk perluasan Xiaomi harus dilengkapi system keamanan yang sama seperti produk induknya, sehingga produk perluasan Xiaomi tidak kalah bersaing dengan produk induknya.
3. Jika dilihat dari faktor perluasan merek (Y) saran yang diberikan pada Xiaomi adalah: Xiaomi harus terus berupaya mengembangkan inovasi

perluasan produknya yang lebih baik lagi serta tetap mempertahankan karakter warna dan design produk perluasannya terhadap produk induknya.

4. Mengingat keterbatasan penelitian yang dilakukan peneliti, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk membahas tentang persepsi kesulitan dan persepsi kemudahan. Selain itu memperluas sampel penelitian dan menggunakan variabel atau pun bentuk uji statistik lainnya sehingga didapatkan hasil yang lebih baik.