

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Apple iPhone (studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada hasil analisis deskriptif, variabel (X) citra merek Apple dapat disimpulkan baik. Hal tersebut ditentukan pada brand identity yaitu banyak orang yang mengenal merek Apple, pada brand personality yaitu Apple mempunyai karakter yang khas dan berbeda dari pada yang lain.
2. Berdasarkan pada hasil analisis deskriptif, variabel (Y) keputusan pembelian dapat disimpulkan baik. Hal tersebut ditentukan oleh pilihan merek yaitu responden percaya dengan produk Apple dan kualitasnya yang baik serta pada pilihan penyalur produk Apple iphone mudah untuk diperoleh.
3. Adanya pengaruh positif antara citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Apple iphone sebesar 24,3% dan sisanya 65,7% dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk, persepsi harga dan iklan yang disampaikan.

## **B. Saran**

Berdasarkan pada data yang telah dianalisa, pembahasan dari hasil yang telah dijelaskan dibab sebelumnya, maka saran yang peneliti sampaikan ialah :

### 1. Bagi Apple

Demi meningkatkan keputusan pembelian dimasyarakat terhadap Apple iPhone, akan lebih baik jika Apple memberikan waktu yang lebih pas dalam mengeluarkan produk seri terbarunya, dan tentunya memberikan promo- promo agar bisa mengubah stigma yang ada dimasyarakat tentang harga tinggi produk Apple

### 2. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa tidak perlu ragu untuk membeli produk Apple iPhone, karena dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peminat dari Apple iPhone cukup banyak peminat

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis seperti penelitian ini, disarankan untuk memilih atau meneliti variabel yang lain selain citra merek. Misalnya seperti kualitas produk, persepsi harga atau iklan yang disampaikan.

