

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Apple iPhone di Cilacap adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple iPhone di Cilacap. Hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple iPhone di Cilacap. Hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple iPhone di Cilacap. Hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan citra merek, kualitas persepsian dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Apple iPhone di Cilacap. Hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya meneliti pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian dan Persepsi Harga. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian misalnya promosi dan ketertarikan produk yang dapat meningkatkan nilai determinasi.

C. Saran

1. Bagi Apple store yan ada di kota Cilacap agar lebih menjaga dan meningkatkan Citra Merek, Kualitas Persepsian dan Persepsi harga pada produk Apple iPhone kepada masyarakat untuk meningkatkan keputusan pembelian.
2. Bagi Peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti citra merek, kualitas persepsian, persepsi harga konsumen misalnya dengan menambah wawancara mendalam terhadap responden, dan juga menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.