

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan:

1. Citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Yi Action Camera di Yogyakarta*. Semakin baik citra merek yang diikuti dengan kualitas produk yang baik serta didukung dengan persepsi harga yang baik pula maka keputusan pembelian *Yi Action Camera* juga akan semakin meningkat.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Yi Action Camera*. Semakin baik citra merek maka keputusan pembelian *Yi Action Camera* juga akan semakin meningkat.
3. Persepsi harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Yi Action Camera*. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen, semakin mahal harga yang diberikan maka semakin besar minat konsumen untuk membeli produk *Yi Action Camera*.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Yi Action Camera*. Semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian *Yi Action Camera* juga akan semakin meningkat.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sehingga nilai koefisien determinasi yang diperoleh masih rendah yaitu sebesar 45,7%.

C. Saran

1. Pihak produsen produk *Yi Action camera* hendaknya memperhatikan faktor-faktor citra merek, persepsi harga dan kualitas produk karena terbukti ketiga faktor ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian *Yi Action camera* perlu ditambahkan variabel kesadaran merek dan gaya hidup agar diperoleh nilai koefisien determinasi yang lebih besar.