

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini mengenai pengaruh negara asal terhadap kualitas persepsian dan minat beli adalah sebagai berikut:

1. Negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas persepsian pada produk *Smartphone* Samsung di Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.
2. Negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk *smartphone* Samsung di Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.
3. Kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk *smartphone* Samsung di Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.
4. Negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli melalui kualitas persepsian pada produk *smartphone* Samsung di Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengukur minat beli yang dipengaruhi oleh variabel negara asal dan kualitas persepsian, sehingga variabel-variabel tersebut mungkin masih belum mampu memberi kontribusi secara maksimal dalam meneliti pengaruh terhadap minat beli,

maka dari itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya dalam mengukur minat beli dapat ditambahkan dengan menggunakan variabel-variabel lainnya seperti citra merek dan harga.

2. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data hanya menggunakan kuesioner sehingga sangat mungkin data yang diperoleh kurang mendalam, maka akan lebih baik ditambahkan dengan metode wawancara terhadap calon konsumen sehingga hasil data penelitian yang diperoleh lebih lengkap.

C. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli seperti : citra merek dan harga.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini disarankan untuk menembangkan metode pengumpulan data yaitu tidak hanya menggunakan kuesioner tetapi juga dengan metode wawancara terhadap calon konsumen sehingga hasil data penelitian yang diperoleh lebih dalam.