

## **BAB V**

### **SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penelitian tentang pengaruh inovasi produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk handphone merek Zenfone ASUS dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone merek Zenfone ASUS
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone merek Zenfone ASUS.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone merek Zenfone ASUS.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini yang telah dilakukan dan kesimpulan di atas, adapun beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Obyek Penelitian
  - a) Perusahaan handphone zenfone ASUS sebaiknya harus tetap mempertahankan produk yang diproduksinya dengan melakukan inovasi yang yang berkesinambungan agar tetap diterima oleh konsumen. Perusahaan juga harus lebih jeli membaca selera dan keinginan konsumen

sesuai era globalisasi, dimana perlu adanya strategi dari perusahaan untuk mengembangkan produk yang terarah, sehingga produk dapat mengungguli atau dapat bersaing secara kompetitif terhadap produk pesaing sejenis dengan pangsa pasar yang sama. Tujuan perusahaan melakukan strategi pengembangan produk ini adalah supaya inovasi produk yang dilakukan perusahaan handphone zenfone ASUS bisa meningkatkan volume penjualan perusahaan.

- b) Perusahaan harus mampu mempertahankan atau lebih baik lagi meningkatkan citra merek yang dipersepsikan baik oleh konsumen pemakai produk handphone zenfone ASUS. Karena konsumen yang mengategorikan suatu produk dikategorikan baik, maka konsumen akan meyakini memang produk tersebut baik, dan mungkin konsumen akan berbagi pengalamannya ke orang di sekitarnya. Dan membuat produk akan lebih dikenal banyak orang.
- c) Keputusan pembelian handphone zenfone ASUS bila dilihat dari keterjangkauan harga, maka perusahaan sebaiknya dapat menetapkan harga secara kompetitif sesuai pangsa pasarnya pada handphone zenfone ASUS. Sehingga harga yang ditawarkan bisa bersaing dengan produk sejenis dengan pangsa pasar yang sama. Sehingga akan dapat tercapai target penjualan yang ditetapkan perusahaan.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu inovasi produk, citra merek, dan persepsi harga. Sebenarnya masih ada variabel lain yang bisa digunakan untuk menguji keputusan pembelian . Sehingga untuk lebih lanjut pada penelitian selanjutnya diperlukan pengujian variabel lain atau faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku keputusan pembelian . Misalnya seperti variabel kualitas produk, pelayanan purna jual, serta distribusi. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku keputusan pembelian.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan penelitian yaitu:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berasal dari kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membeli dan menggunakan handphone zenfone ASUS. Sehingga tingkat generalisasi penelitian ini masih rendah.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu inovasi produk, citra merek, persepsi harga. Sebenarnya masih ada variabel lain yang berhubungan untuk mengetahui perilaku keputusan pembelian.