

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah beberapa kesimpulan yang diperoleh oleh peneliti:

1. Variabel citra merek dapat dikatakan sangat baik. Diketahui bahwa para pengguna dan calon konsumen sangat tertarik *Smartphone* Xiaomi dengan indikator yang memiliki persentase terbesar adalah harga yang sesuai dengan kualitas dengan persentase 89,8%. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju dengan indikator *customer loyalty* dengan pernyataan tidak akan beralih ke merek lain walaupun *smartphone* yang lain menawarkan kualitas yang lebih baik dengan persentase 53,7%.
2. Variabel minat beli cukup baik. Diketahui bahwa bahwa indikator yang terbesar adalah minat eksploratif dengan rata-rata sebesar 81,2% dimana para calon konsumen dan pengguna mencari berbagai informasi terdahulu sebelum membeli *Smartphone* Xiaomi. Sedangkan responden yang tidak setuju dengan indikator minat transaksional dengan rata-rata sebesar 26,9% dimana berarti bahwa responden tidak akan membeli *Smartphone* Xiaomi dalam jangka waktu dekat dan tidak setuju bahwa *Smartphone* Xiaomi mudah didapat.
3. Dalam persamaan regresi persamaan regresi linearnya yaitu: $Y = 11.301 + 0,623X$ dengan p-value 0,00. Koefisien citra merek memiliki nilai yang positif, maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel citra merek

terhadap variabel minat beli dinyatakan positif signifikan Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 29% variabel minat beli dipengaruhi citra merek, dan hasil hipotesis menunjukkan nilai Sig. 0.000 dapat disimpulkan bahwa citra merek terdapat pengaruh terhadap minat beli.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang peneliti berikan:

1. Bagi perusahaan *Smartphone* Xiaomi

Untuk meningkatkan citra merek, perusahaan *Smartphone* Xiaomi harus meningkatkan fitur agar berbeda dengan *smartphone* lainnya, karena 52,9% atau 57 responden menyatakan *Smartphone* Xiaomi tidak berbeda dengan *smartphone* lainnya, perusahaan juga harus menyesuaikan varian warna untuk kalangan mahasiswa karena 34,3% atau 37 responden menyatakan varian warna biasa saja untuk kalangan mahasiswa dan perusahaan *Smartphone* Xiaomi harus memberikan *customer loyalty* yang lebih baik dari sebelumnya bagi konsumen karena 53,7% konsumen sangat tidak setuju akan setia menggunakan *Smartphone* Xiaomi. Dengan perusahaan membuat kualitas *smartphone* lebih baik bisa membuat para konsumen dan calon konsumen setia dan minat beli kembali terhadap *Smartphone* Xiaomi agar dalam jangka waktu dekat konsumen berkeinginan untuk membeli dan merekomendasikan *Smartphone* Xiaomi.

2. Bagi pengguna dan calon konsumen *Smartphone* Xiaomi

Dapat mempertimbangan beberapa hal yang mempengaruhi minat beli *Smartphone* Xiaomi. Khususnya, citra merek dari *Smartphone* Xiaomi sendiri, bisa dari harga, kualitas hingga kebutuhan konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk meneliti variabel independent yang lainnya. Karena, terdapat 71% variabel lain yang mempengaruhi minat beli pada objek *Smartphone* Xiaomi.

