

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian di atas, maka dapat dihasilkan kesimpulan bahwa sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian artinya masyarakat sudah sangat mengenal citra merek untuk menjadi pilihannya dan sudah tertanam di benak masyarakat kepercayaan untuk memilih produk *VIVO smartphone*.
2. Layanan purna jual tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian karena pada dasarnya konsumen tidak terlalu memperhatikan pelayanan yang di berikan setelah melakukan pembelian, yang menjadi acuan konsumen adalah kualitas produk *VIVO* itu sendiri.
- 3 Citra merek dan layanan purna jual berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian karena citra merek yang tercipta pada konsumen maksimal dan di dukung oleh layanan purna jual yang maksimal akan menguatkan kepercayaan masyarakat selaku konsumen untuk mempercayai produk *VIVO* sebagai *smartphone* pilihan yang layak untuk di beli.
4. Citra merek variabel dominan terhadap keputusan pembelian karena masyarakat sudah mengenal citra merek dari orang

yang sudah pernah memakai produk di berbagai media sedangkan layanan purna jual tidak terlalu menonjol karena masyarakat baru mengetahui keunggulannya saat sudah membeli/memakai produk hal inilah yang menjadi faktor utama citra merek dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

5.2 Saran

1. VIVO *smartphone* kota Banjarmasin harus dapat mengembangkan citra merek yang telah tertanam dipikiran konsumen agar produk VIVO menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk menentukan pilihan dalam pembelian produk *smartphone*, dengan cara lebih banyak menampilkan keunggulan serta manfaat yang dimiliki produk VIVO *smartphone*.
2. VIVO *smartphone* kota Banjarmasin harus meningkatkan layanan purna jual yang diberikan kepada konsumen agar mereka terus yakin untuk menggunakan produk VIVO *smartphone*, dengan cara lebih meningkatkan pelayanan dan penyediaan aksesoris lebih lengkap dan mudah didapat.
3. Karyawan VIVO *smartphone* harus memberikan pemahaman tentang spesifikasi dan layanan yang diberikan saat proses pembelian, agar konsumen merasakan kepuasan dengan produk dan pelayanan yang diberikan oleh VIVO *smartphone*.
4. Perusahaan harus lebih meningkatkan proses pemasaran dan penjualan agar penjualan produk VIVO *smartphone* terus meningkat, dengan cara menyakinkan konsumen bahwa produk VIVO *smartphone* yang mereka

beli telah sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh karyawan VIVO
smartphone.