

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Bersumber pada pengolahan data penelitian yang sudah dikerjakan dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oppo *Smartphone* Oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Angkatan 2018”, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini, yakni:

1. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan atas keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kudus untuk membeli *smartphone* Oppo.
2. Variabel fitur berpengaruh positif dan signifikan atas keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kudus untuk membeli *smartphone* Oppo.
3. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan atas keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kudus untuk membeli *smartphone* Oppo.

### B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya memilih mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kudus yang telah membeli atau menggunakan *smartphone* Oppo minimal satu kali sebagai sampel, agar dapat mengembangkan kembali hasil penelitian dan memperluas cakupannya.
2. Penelitian ini hanya mengkaji persepsi citra merek, fitur dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo. Ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Oppo, seperti kualitas produk, desain produk, loyalitas merek, iklan, teman, keluarga dan faktor lainnya.
3. Metode pengumpulan data penelitian menggunakan survei kuesioner dan studi pustaka, sehingga data penelitian cenderung subjektif, jika ditambah wawancara dan survei langsung maka hasil penelitian yang diperoleh akan lebih lengkap dan efeknya akan lebih baik.

### C. Saran

Bersumber pada penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Sebagai merek ponsel pintar baru yang cukup dikenal masyarakat, disarankan agar Oppo sebagai perusahaan ponsel pintar selalu berpegang pada merek yang sudah ada, menjaga

kualitas dan kuantitas, serta meningkatkan citra merek yang positif di benak konsumen. Produksi produk membuat keputusan pembelian masyarakat terhadap *smartphone* Oppo semakin tinggi.

2. Disarankan agar perusahaan *smartphone* Oppo tetap berinovasi untuk menciptakan fitur serta desain produk supaya mampu bersaing dengan merek *smartphone* lain, sampai akhirnya masyarakat selalu menantikan fitur serta desain baru serta melakukan pembelian.
3. Disarankan agar perusahaan *smartphone* Oppo menetapkan harga berdasarkan fitur dan fasilitas yang tersedia pada *smartphone* untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Selanjutnya peneliti dapat memakai metode lain untuk mempelajari citra merek, karakteristik dan persepsi harga, seperti melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga diperoleh informasi yang lebih beragam dibandingkan kuesioner dengan jawaban yang ada.

