

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh *Citra Merek* dan *Kualitas produk* Terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu., maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Citra Merek* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu. Artinya, semakin baik citra merek, semakin tinggi minat konsumen untuk membeli iPhone di Pstore Kota Bengkulu.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Kualitas produk* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu. Artinya, semakin baik kualitas produk, semakin besar keinginan konsumen untuk membeli iPhone di Pstore Kota Bengkulu.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Citra Merek* dan *Kualitas produk* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu. Artinya, citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama meningkatkan minat konsumen untuk membeli iPhone di Pstore Kota Bengkulu

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Variabel *Citra Merek* pernyataan terendah “Saya percaya bahwa iPhone dikenal luas karena kualitas produknya yang konsisten” memperoleh nilai terendah meskipun masih dalam kategori baik. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya persepsi konsumen bahwa konsistensi kualitas iPhone mulai dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat dari merek lain yang menawarkan spesifikasi tinggi dengan harga lebih kompetitif. Selain itu, sebagian konsumen mungkin membandingkan pengalaman penggunaan iPhone lama dan terbaru, sehingga konsistensi kualitas belum sepenuhnya dirasakan secara merata. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus memperkuat citra merek melalui inovasi berkelanjutan dan komunikasi merek yang konsisten agar tetap selaras dengan minat beli konsumen.
2. Variabel *Kualitas produk*, “Secara keseluruhan, saya menilai iPhone sebagai produk dengan kualitas tinggi” memperoleh nilai terendah pada variabel kualitas produk. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh ekspektasi konsumen yang semakin tinggi terhadap iPhone sebagai produk premium. Harga yang relatif tinggi membuat konsumen menuntut kualitas yang sangat unggul, baik dari segi daya tahan, fitur, maupun performa. Apabila terdapat aspek tertentu yang dirasa belum sesuai harapan, maka penilaian kualitas secara keseluruhan menjadi tidak maksimal. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga standar mutu secara konsisten serta meningkatkan kualitas pada aspek yang paling dirasakan konsumen.
3. Variabel *Minat Beli*, pernyataan terendah “iPhone tetap berfungsi optimal setelah digunakan secara intensif.” memperoleh nilai terendah pada variabel

minat beli. Hal ini dapat disebabkan oleh banyaknya alternatif produk pesaing yang menawarkan fitur inovatif, desain menarik, serta harga yang lebih terjangkau. Meskipun konsumen memiliki persepsi positif terhadap iPhone, pertimbangan rasional seperti harga, spesifikasi, dan promosi dari merek lain dapat memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan daya saing melalui strategi harga, inovasi produk, dan promosi yang relevan agar iPhone tetap menjadi pilihan utama konsumen.