BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pengenalan produk dan citra merek terhadap perilaku pembelian konsumen pada ITKLIK Jakarta dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengetahuan produk pada ITKLIK Jakarta terhadap laptop merek Samsung secara umum berada dalam kategori baik. Pengetahuan yang dimiliki sebagian besar konsumen ITKLIK Jakarta mengenai atribut dan manfaat laptop Samsung sudah baik. Demikian juga dengan pengetahuan yang dimiliki sebagian besar konsumen ITKLIK Jakarta mengenai nilai kepuasan menggunakan laptop Samsung sudah baik

2. Citra merek laptop Samsung bagi sebagian besar konsumen ITKLIK Jakarta cukup baik. Tingkat pengenalan yang dimiliki sebagian besar konsumen ITKLIK Jakarta terhadap laptop merek Samsung cukup baik. Demikian juga dengan reputasi, daya tarik dan loyalitas terhadap laptop merek Samsung cukup tinggi.

3. Keputusan pembelian konsumen pada ITKLIK Jakarta terhadap laptop merek Samsung secara umum berada dalam kategori cukup baik. Pengenalan masalah yang dilakukan sebagian besar konsumen ITKLIK Jakarta dalam pembelian laptop merek Samsung cukup baik. Demikian

juga dengan keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian sudah cukup positif. Bahkan pencarian informasi dan evaluasi alternatif yang dilakukan konsumen ITKLIK Jakarta dalam pembelian laptop merek Samsung sudah baik.

4. Pengetahuan produk dan citra merek secara bersama-sama memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 61,0% terhadap keputusan pembelian konsumen pada ITKLIK Jakarta atas laptop merek Samsung. Diantara variabel independen, citra merek memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap perilaku pembelian konsumen pada ITKLIK Jakarta atas laptop merek Samsung dibanding pengenalan produk. Pengenalan produk secara parsial hanya memberikan pengaruh sebesar 9,7% terhadap perilaku pembelian, sementara citra merek secara parsial memberikan pengaruh sebesar 45,8% terhadap perilaku pembelian.

5.2 Saran

1. Pengetahuan produk laptop samsung baik dimata konsumen namun konsumen sedikit mengalami kesulitan untuk menemukan laptop samsung di pasaran, sebaiknya pihak samsung lebih memperluas jaringan penjualannya sehingga calon konsumen mudah menemukan laptop samsung.

2. Untuk meningkatkan citra merek laptop samsung sebaiknya pihak samsung lebih meningkatkan kegiatan promosinya agar laptop merek samsung mudah dikenali dan memiliki reputasi yang baik.
3. Distribusi laptop samsung sering tidak merata dan terlambat misalnya di suatu kota telah launching laptop samsung jenis baru namun di kota lain belum keluar. Sebaiknya pihak samsung mendistribusikan secara merata dan tidak terlambat sehingga konsumen dapat mengetahui adanya laptop samsung jenis baru.
4. Laptop samsung tidak disertai master/ driver werbcam pada paketnya sehingga konsumen harus mencari sendiri. Sebaiknya pihak samsung menyertakan master/ driver webcam pada paket selanjutnya agar kepuasan konsumen dalam memiliki laptop samsung terpenuhi.