

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, yaitu untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk *smartphone* Oppo pada Mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa citra merek (X) memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel minat beli (Y) sedangkan dari hasil uji koefisien determinasi variabel citra merek (X) hanya mempengaruhi variabel minat beli (Y) sebesar 7,2% dan sisanya 92,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang ada. Hal yang perlu dilakukan adalah mempertimbangkan kembali faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli atau memberikan penambahan pada variabel bebas (independen) dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang lebih baik untuk membuktikan hipotesis yang ada.

