

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada produk IM3 di kota Palembang yang disebarkan kepada 100 responden. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel citra merek pada dimensi profesionalisme terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa dimensi profesionalisme memiliki pengaruh yang positive terhadap keputusan pembelian. Dengan hal ini, konsumen merespon suatu produk tersebut dipengaruhi dengan adanya manfaat di dalam produk tersebut.
2. Variabel citra merek pada dimensi variabel Modern yang memiliki hasil dari regresi linier berganda nilai t_{hitung} -2.296 yang rendah dibanding dengan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merespon suatu produk tersebut tidak berdasarkan dengan inovasi yang telah diciptakan pada kartu IM3 tersebut, melainkan melihat dari kegunaannya.
3. Variabel citra merek pada dimensi melayani semua segmen terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa dimensi melayani semua segmen memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kartu IM3 tidak membedakan masyarakat sehingga bisa digunakan pada semua masyarakat, dari kelas yang bawah sampai kelas menengah.

4. Variabel citra merek pada dimensi populer terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa dimensi populer memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kartu IM3 sudah dikenal pada masyarakat luas. Sehingga produk IM3 sendiri sudah ada nilai tersendiri pada kartu gsm IM3 tersebut.
5. Variabel citra merek pada dimensi concern terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa dimensi concern memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju jika PT Indosat pada kartu IM3 lebih fokus terhadap pengguna seluler yang memiliki kebutuhan melakukan akses internet untuk kemudahan berkomunikasi.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada PT Indosat pada kartu IM3 sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek dimensi Modern memberikan pengaruh yang sedikit bagi keputusan pembelian konsumen, sehingga perusahaan Indosat harus selalu berusaha untuk meningkatkan dan memperkuat citra mereknya karena citra merek yang baik dapat menjadi daya tarik bagi calon konsumen. Hal ini juga dapat membuat kartu IM3 sebagai kartu gsm telepon seluler yang mendapat kepercayaan dari para konsumennya.

2. Kartu IM3 harus lebih memunculkan inovasi-inovasi dalam mengusahakan para konsumennya menjadi loyal dan memiliki kebanggaan dalam menggunakan produk-produk Indosat. Salah satunya dengan memunculkan lebih banyak lagi jejaring sosial yang berhubungan dengan Internet dan sebagainya.