

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil analisis yang diperoleh dengan software SPSS maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap konsumen yang ditunjukkan dengan  $t$  sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini sesuai dengan pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan kualitas merek berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen.
2. Kualitas Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian yang ditunjukkan dengan  $t$  sig. 0,088 lebih besar dari 0,05. Hasil ini tidak sesuai dengan pernyataan hipotesis kedua yang menyatakan kualitas merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian.
3. Kualitas Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pembelian yang dimediasi dengan sikap konsumen yang ditunjukkan dengan  $t$  sig.  $t_{hitung}$  3,8855 >  $t_{tabel}$  1,984. Hasil ini sesuai dengan pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan kualitas merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian yang dimediasi dengan sikap konsumen.
4. Secara simultan variabel kualitas merek dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian konsumen yang ditunjukkan dengan nilai  $F$  sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05.

5. Variabel kualitas merek dan sikap konsumen mampu memberikan pengaruh terhadap niat pembelian sebesar 53,8% dan sisanya masih dipengaruhi variabel lain sebesar 46,2%.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan yang sudah disimpulkan diatas maka ada beberapa saran yang dapat diberikan baik bagi pihak yang bersangkutan, penelitian mendatang maupu bagi pengembangan teori:

### 1) Bagi Pihak yang Bersangkutan

Hasil ini memberikan gambaran bahwa kualitas merek memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pembelian yang dimediasi dengan sikap konsumen yang berarti kualitas merek akan mempengaruhi sikap konsumen pada handphone Samsung. Dari sikap yang ditimbulkan konsumen apabila konsumen memiliki persepsi positif maka akan semakin tinggi niat pembelian konsumen sehingga perlu diperhatikan dan menjadi bahan pertimbangan agar kualitas merek perlu dipertahankan atau bahkan ditingkatkan.

### 2) Bagi pengembangan Teori

Penelitian ini memberikan wawasan dan pengembangan dalam teori yang berkaitan kualitas merek berkaitan dengan niat pembelian dengan sikap sebagai mediasinya yang secara mendalam diteliti karena kualitas merek terbentuk tidak serta merta langsung konsumen memiliki niat pembelian akan tetapi melalui sikap konsumen yang menyebabkan perilaku

konsumen terbentuk secara positif atau negative kemudian dari sikap tersebut akan menciptakan niat pembelian konsumen.

3) Bagi penelitian Mendatang

Diharapkan untuk penelitian mendatang agar meneliti variabel diluar variabel yang diteliti atau menambah variabel independen tersebut karena masih banyak yang belum terungkap faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian dengan mediasi sikap konsumen.