

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, sedangkan komunikasi dari mulut ke mulut secara online, harga dan garansi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan disarankan agar tetap menjaga dan lebih meningkatkan citra merek pada *smartphone*, salah satunya dalam hal promosi yang harus lebih diperluas lagi sehingga lebih banyak konsumen yang mengenal dan meningkatkan keputusan pembelian terhadap *smartphone*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini, sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain ataupun menambahkan variabel yang tidak digunakan pada penelitian ini, agar lebih mengetahui variabel lain yang turut mempengaruhi keputusan pembelian produk *smartphone*.