

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian iPhone di Tangerang Selatan dibahas dalam penelitian ini. Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, kuesioner yang diberikan menggunakan *Google Form* kepada 160 responden digunakan untuk mendapatkan informasi. Dengan demikian, kesimpulan berikut dapat dibuat:

1. Persepsi harga mempengaruhi persepsi merek dengan baik.
2. Kualitas produk tidak memiliki nilai berpengaruh pada citra merek.
3. Citra Merek tidak memiliki nilai berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
4. Kualitas Produk berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian
5. Persepsi Harga tidak memiliki nilai berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

5.2. Saran

Peneliti yang akan menguji penelitian ini diharapkan dapat menciptakan kesulitan yang relevan dengan memasukkan atau mengubah variabel dalam penelitian mereka. agar peneliti selanjutnya dapat menarik kesimpulan yang berbeda dari penelitian ini.

Saran untuk perusahaan *Apple* termasuk mengikuti peningkatan kualitas dan terus merancang produk dengan mempertimbangkan konsumen sehingga mereka dapat secara konsisten menarik minat pembeli. Ini akan membantu perusahaan bersaing dengan saingan dan memacu lebih banyak minat untuk membeli smartphone iPhone.