

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan olah data dan analisis tentang pengaruh *country of origin*, *global brand image* dan *perceived quality* terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus serta berdasarkan bukti-bukti empiris yang diperoleh maka disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *country of origin* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel *country of origin* (X_1) memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* karyawan sebesar 0,178. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan *country of origin* sebesar satu satuan maka akan meningkatkan *purchase intention* sebesar 0,178 tanpa dipengaruhi variabel lainnya. Semakin baik persepsi konsumen atas negara asal produk smartphone, maka akan meningkatkan *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *global brand image* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel *global brand image* (X_2) memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* karyawan sebesar 0,064. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan *global brand image* sebesar satu satuan maka akan meningkatkan *purchase intention* sebesar 0,064 tanpa dipengaruhi variabel lainnya. Semakin baik *global brand image* yang terjadi, maka akan meningkatkan *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel *perceived quality* (X_3) memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* karyawan sebesar 0,022. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan *perceived quality* sebesar satu satuan maka akan meningkatkan *purchase intention* sebesar 0,022 tanpa

dipengaruhi variabel lainnya. Semakin baik *perceived quality* yang terjadi, maka akan meningkatkan *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus.

4. *Country of origin*, *global brand image* dan *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus. Sesuai dengan nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel ($2,734 > 2,70$), serta didukung dengan nilai signifikansi di bawah 0.05 yaitu 0,001. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *country of origin*, *global brand image* dan *perceived quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen samsung di Millenia Cell Kudus.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan hasil pengujian hipotesis, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diharapkan pihak Millenia Cell Kudus mengoptimalkan *country of origin*, *global brand image* dan *perceived quality* guna meningkatkan *purchase intention*.
2. Pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah tentang *purchase intention* yang nampaknya tidak cukup dilakukan dalam satu kali pengamatan sebagaimana melalui pendekatan kuantitatif.