

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk terhadap persepsi kualitas pada pemilik laptop/*notebook* Toshiba di Bandar Lampung, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Negara asal produk (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi kualitas pada pemilik laptop/*notebook* Toshiba di Bandar Lampung.
2. Citra merek (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi kualitas pada pemilik laptop/*notebook* Toshiba di Bandar Lampung.
3. Pengetahuan produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas pada pemilik laptop/*notebook* Toshiba di Bandar Lampung.
4. Negara asal produk (X1), Citra merek (X2) dan Pengetahuan produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas pada pemilik laptop/*notebook* Toshiba di Bandar Lampung.

Dengan demikian baik atau buruknya negara asal produk dan citra merek suatu produk tidak mempengaruhi secara signifikan persepsi kualitas pada produk

laptop atau *notebook* Toshiba, karena pengetahuan produk yang banyak diketahui oleh pemilik laptop atau *notebook* Toshiba sudah mendukung terbentuknya persepsi kulaitas yang baik bagi produk yang digunakannya.

5.2 Saran

Beberapa saran dan pertimbangan dari penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya mengambil satu subjek penelitian yaitu hanya pada pegawai yang memiliki laptop/*notebook* Toshiba di Kecamatan Tanjung Karang Timur, Sukarame dan Kedamaian Bandar Lampung. Sebaiknya dalam penelitian-penelitian berikutnya, perlu diperluas subjek penelitiannya seperti meneliti semua yang memiliki laptop/*notebook* Toshiba bukan berdasarkan kategori pegawai di Bandar Lampung atau responden yang terlibat lebih besar misalnya mencakup seluruh produk elektronik Toshiba lainnya.
2. Berdasarkan hasil penelitian maka perusahaan harus lebih memperhatikan fitur dan kualitas serta informasi yang baik bagi laptop atau *notebook* Toshiba, karena sebagian besar konsumen mempersepsikan kualitas produk melalui pengetahuan yang diketahuinya melalui informasi yang tersebar dimedia.