

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Atas proses pengkajian dan pengumpulan data pengaruh Harga, Promosi dan Desain Produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo secara online di wilayah Jakarta Timur, maka didapatkan kesimpulan diantaranya Harga tidak berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo, hal ini bisa dilihat dari skor thitung yang lebih kecil dibanding ttabel ($1,181 < 1,994$), yang berarti kesimpulan dari Hipotesis awal yang mengatakan harga berdampak terhadap keputusan pembelian ditolak dan mendapatkan hasil bahwa harga tidak berdampak terhadap keputusan pembelian

Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo, dengan skor thitung lebih besar dari pada ttabel ($2,093 > 1,994$) dengan data tersebut didapatkan kesimpulan bahwa Hipotesis awal mengenai promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Jakarta Timur dapat diterima.

Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan *Smartphone* vivo pada wilayah Jakarta Timur, dengan skor thitung lebih besar dibanding ttabel ($3,669 > 1,994$) yang menandakan bahwa hipotesis awal yang mengatakan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Jakarta Timur diterima.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini tentu memiliki beberapa keterbatasan dalam mencari datanya, hal tersebut diantara lain:

- a. Dalam penyelesaian penelitian ini terhambat dalam melaksanakan bimbingan atau meminta arahan pada dosen pembimbing karena situasi dan kondisi yang dibatasi akibat pembatasan sosial berskala besar sehingga bimbingan hanya dapat dilakukan secara virtual.
- b. Penelitian ini dibuat ditengah pandemi covid19 dimana pergerakan atau mobilitas dibatasi, sehingga peneliti tidak dapat mencari responden secara langsung dan harus melalui google form.

- c. Beberapa Narasumber yang saya berikan kuesioner berupa google form merasa tidak percaya dan menganggap kalau link yang saya berikan adalah link *phising* atau link penipuan yang akan membahayakan akun mereka, sehingga saya harus menjalani pendekatan terdahulu agar mereka bersedia mengisi link yang saya berikan.
- d. Jumlah Variable independent yang saya gunakan hanya mencakup Harga, promosi dan desain produk sehingga tidak dapat mewakili variable lain yang berpotensi mempengaruhi minat beli sesuai dengan penelitian ini.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang bisa penulis berikan ialah:

- a. Saran bagi perusahaan

Dalam hasil nilai koefisien jalur variable harga terhadap keputusan pembelian tersebut didapatkan hasil minus atau tidak berpengaruh. Maka dari itu perusahaan harus meninjau ulang tentang harga agar tingkat keputusan pembelian *Smartphone* Vivo meningkat, dapat dilihat melalui analisis interpretasi nilai indeks responden pada pertanyaan indikator harga yang terendah yaitu harga yang diberikan lebih murah dibanding pesaing. Didalam pernyataan responden didapatkan kesimpulan akhir yang menandakan bahwa harga kompetitor masih lebih murah dibanding Vivo, dengan ini maka penulis berharap agar Vivo dapat mengevaluasi khususnya dalam sisi harga agar dapat mendukung tingkat pembelian *Smartphone* Vivo meningkat.