

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan peneliti mengenai pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap pembelian *smartphone* Xiaomi di Provinsi DKI Jakarta didasarkan pada temuan analisis statistik yang dilakukan menggunakan SmartPLS 4 dan pembahasan yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya.

Pilihan membeli *smartphone* Xiaomi di Provinsi DKI Jakarta dipengaruhi oleh gaya hidup. Hal ini memvalidasi teori yang dikemukakan para peneliti sebelumnya, yang menyatakan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Selain itu, ini menunjukkan pengaruh menguntungkan dari faktor gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, gaya hidup seseorang dapat berdampak pada pilihan *smartphone*-nya. Dengan demikian, teori peneliti diterima.

Kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Provinsi DKI Jakarta. Hal ini tidak mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, pilihan *smartphone* tidak selalu dipengaruhi oleh kualitas produk. Maka, hipotesis peneliti ditolak.

Di Provinsi DKI Jakarta, promosi penjualan berdampak pada pembelian *smartphone* Xiaomi. Hal ini memperkuat teori yang dikemukakan oleh para peneliti sebelumnya, yang menyatakan bahwa promosi penjualan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hal ini menunjukkan dampak menguntungkan dari promosi penjualan terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Dengan demikian, promosi penjualan yang dijalankan dapat berdampak pada pemilihan *smartphone*. Dengan demikian, teori peneliti disetujui.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan prosedur yang telah disarankan, namun masih terdapat beberapa keterbatasan yang harus dipahami agar hasilnya nantinya dapat digunakan sebagai data evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah keterbatasan dalam penelitian:

1. Responden dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang yang seluruhnya berdomisili di Provinsi DKI Jakarta, sehingga hasil dan kesimpulan diambil hanya berdasarkan dari data yang diperoleh.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel, sehingga hasilnya hanya didasarkan pada variabel gaya hidup, kualitas produk, dan promosi penjualan. Peneliti tidak dapat menjelaskan variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian pada *smartphone* Xiaomi.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis serta kesimpulan dan pembahasan yang telah dijelaskan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan gaya hidup, *smartphone* Xiaomi dapat terus menunjang aktivitas pengguna dengan optimal melalui inovasi produk, peningkatan kualitas produk, serta pembaruan perangkat lunak.
2. Berkaitan dengan promosi penjualan, *smartphone* Xiaomi dapat memanfaatkan promosi potongan harga sebagai peluang besar untuk memperkuat loyalitas pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar memasukkan variabel tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian peneliti untuk mendiversifikasi penelitian di masa depan, menyempurnakan penelitian saat ini. Atau dapat mengubah objek penelitian agar tidak dibatasi oleh penelitian yang serupa.