

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pengaduan penjualan smartphone Samsung diterima di Jakarta dan ditemukan, diverifikasi dan dianalisis bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan smartphone Samsung di wilayah Jakarta. Lebih lanjut, promosi ini telah dikonfirmasi, divalidasi, dan dianalisis memberikan dampak positif dan signifikan terhadap penjualan smartphone Samsung di Jakarta.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Banyak variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada kualitas produk, harga, dan periklanan, dan hanya dapat diberikan secara online atau virtual.
2. Penelitian ini juga menemukan bahwa banyak variabel independen yang digunakan hanya terbatas pada kualitas produk, harga, dan periklanan, dan tidak dapat mewakili variabel lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.
3. Variabel kualitas pelayanan, citra merek, karakteristik pribadi, dan variabel lainnya. Karena responden dalam penelitian ini hanya orang-orang yang menggunakan smartphone Samsung di wilayah Jakarta, hasilnya tidak dapat dibandingkan dengan orang-orang di daerah lain.

#### **5.3 Saran**

1. Saran untuk perusahaan: Hasil analisis yang menginterpretasikan nilai indeks responden terhadap variabel kualitas produk paling rendah menunjukkan bahwa baterai smartphone Samsung memiliki kualitas yang buruk dan boros. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus mengevaluasi baterai ponsel pintar Samsung, meningkatkan kualitasnya, dan membuat keputusan yang lebih baik untuk membeli ponsel pintar Samsung. Setelah analisis interpenetration dilakukan, ditemukan bahwa baterai ponsel pintar Samsung. Dikatakan bahwa smartphone akan meningkat sebagai hasil dari keputusan Samsung untuk membeli.

2. Menurut analisis interpretasi responden terhadap nilai indikator mengenai variabel periklanan, gagasan bahwa iklan Samsung yang konsisten ditampilkan di media sosial dan meningkatkan niat beli konsumen memiliki nilai paling rendah. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan evaluasi dan penelitian lebih lanjut tentang iklan agar variabel periklanan dapat memengaruhi keputusan konsumen mereka untuk membeli smartphone Samsung.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya yang membahas penelitian peneliti. Kami berharap dapat menambahkan variabel seperti kualitas pelayanan, citra merek, karakteristik pribadi, dan lainnya. Kami ingin memperluas jenis penelitian kami dan menjelaskan lebih lanjut bagaimana variabel dependen memengaruhi keputusan pembelian.