

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh iklan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung *Smartphone*, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Iklan, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai tertinggi pada variabel kualitas produk.
- b. Iklan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c. Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh faktor-faktor iklan, kualitas produk, dan harga sedangkan selebihnya di pengaruhi oleh faktor lain misalnya citra merek dan kepuasan pelanggan suatu faktor lebih yang perlu diteliti lebih lanjut.
- d. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat dalam penelitian, bahwa iklan, kualitas produk, dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung *Smartphone* baik secara parsial maupun simultan.

V.2 Saran

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung *Smartphone*, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pemasar/penjual produk Handphone Samsung *Smartphone* supaya memperhatikan kualitas produk yang sesuai dengan harga dan juga harus sesuai dengan manfaat yang akan dirasakan oleh konsumen atau

penggunanya. Sebaiknya penetapan strategi pemasaran khususnya dalam harga harus sesuai dengan pendapatan masyarakat Indonesia, khususnya di Depok.

- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memasukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian agar hasilnya lebih maksimal.

