

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Smartphone* Xiaomi. Maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga yang ditawarkan xiaomi, maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen untuk membeli *smartphone* xiaomi di kelurahan Cililitan.
- b. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh xiaomi tidak menjadi alasan untuk konsumen melakukan Keputusan Pembelian *smartphone* xiaomi di kelurahan Cililitan.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur penulisan skripsi yang telah ditetapkan oleh UPN "Veteran" Jakarta pada tahun 2019, akan tetapi masih terdapat keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini, dikarekan:

- a. Karena keterbatasan dana dari penulis sehingga penelitian ini hanya membagikan kuesioner kepada responden di kelurahan Cililitan dengan jumlah responden 50 orang, sehingga kesimpulan yang diperoleh peneliti hanya berdasarkan dari data yang diperoleh dari tempat tersebut dan tidak dapat mewakili daerah lainnya.

- b. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden masih kurang mengerti dengan maksud dari pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner penelitian.

### 5.3 Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Variabel harga, peneliti menyarankan kepada perusahaan *smartphone* xiaomi agar selalu memperhatikan harga produk dari xiaomi, karena harga merupakan faktor salah satu faktor yang penting dalam bauran pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk xiaomi. Konsumen mengharapkan harga dari produk xiaomi sesuai dengan manfaat yang akan didapatkan konsumen, serta harga yang ditawarkan xiaomi dapat bersaing dengan harga *smartphone* merek lainnya dan konsumen dapat membandingkan harga produk xiaomi dengan produk lainnya.
- b. Variabel kualitas produk, peneliti menyarankan kepada perusahaan *smartphone* xiaomi agar tetap memperhatikan kualitas produk xiaomi meskipun memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen telah mengharapkan kualitas produk yang akan mereka dapatkan akan sesuai dengan harga yang mereka keluarkan untuk membeli *smartphone* xiaomi.
- c. Peneliti juga menyarnkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lainnya dan menggunakan metode lainnya.