

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Keputusan Pembelian *Smartpone* Xiaomi (Studi di kelurahan cipedak jakarta Selatan), maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini adalah membuktikan bahwa variabel kualitas produk memberikan kontribusi 2,564 terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas produk yang ditawarkan smartphone xiaomi sesuai dengan manfaat dan yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Hasil penelitian ini adalah membuktikan bahwa variabel citra merek memberikan kontribusi 0,388 terhadap keputusan pembelian. Artinya citra merek yang ditawarkan smartphone xiaomi sesuai dengan manfaat dan yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- c. Hasil penelitian ini adalah membuktikan bahwa variabel persepsi harga memberikan kontribusi 2,180 terhadap keputusan pembelian. Artinya persepsi harga yang ditawarkan smartphone xiaomi tidak sesuai dengan manfaat dan yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian dari kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran dan implikasi dari penelitian ini:

- a. Pemasar atau penjual produk *Smartphone* Xiaomi sebaiknya memperhatikan citra merek, serta perlu memperhatikan kualitas dari produk itu sendiri dan persepsi harga dari perusahaan *Smartphone* dimata para konsumen. Agar produk yang diproduksi dapat dipasarkan sesuai dengan pasar sasaran serta sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memasukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian agar hasil penelitian

