

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square (PLS)* mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Pada *Smartphone* Asus di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Artinya, kualitas produk yang terdapat di produk *smartphone* Asus mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna Asus di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan.
- b. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Artinya, kebijakan harga yang dikeluarkan oleh perusahaan *smartphone* Asus mempengaruhi terhadap keputusan pembelian Asus di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan.
- c. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Artinya, Citra merek yang dimiliki perusahaan Asus baik sehingga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian Asus di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- a. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan warga pengguna *smartphone* Asus di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk keputusan pembelian di daerah manapun.
- b. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

- c. Tidak mudahnya dalam mencari sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian dengan waktu yang sangat singkat.

5.3 Saran

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

- a. Pada variabel kualitas produk, peneliti menyarankan perusahaan *smartphone* Asus mempertahankan dengan terus menjaga kualitas produk dan memberikan inovasi baru maka diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.
- b. Pada variabel harga, peneliti menyarankan perusahaan *smartphone* Asus dapat bersaing dengan para kompetitor maka diharapkan harga yang bersaing dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.
- c. Pada variabel citra merek, peneliti menyarankan perusahaan *smartphone* Asus dalam meningkatkan citra merek *smartphone* merek Asus. Citra merek yang dimiliki Asus tetap harus di tingkatkan seperti mengadakan event, yang artinya membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan maka dari itu semakin merasa bahwa produk Asus memiliki citra merek yang baik dan selain itu juga untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan maka diharapkan citra merek yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.
- d. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel keputusan pembelian secara lebih mendalam untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dalam melakukan keputusan pembelian pada *smartphone* Asus dan hasilnya mungkin akan berbeda. Kemudian peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti yang mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arohman. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di kalangan mahasiswa STIE Muhammadiyah Pringsewu. Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen 09*, Vol 9, No 1, hal 18-30.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifani, A., & Syahputra (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO pada Mahasiswa Universitas Telkom. Bisnis dan Iptek*. Vol 10, No 2, hal 81-94.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indonesia Data Center.(2017). <http://id.priceprice.com/harga-hp/news/Laporan-IDC-Pengiriman-Smartphone-di-Indonesia-Merosot-9-di-Q4-2017-dan-Samsung-Masih-Kuasai-Pasar-5305/>.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, Edisi 15 jilid 1*, Malaysia.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Manap, H.A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi 1*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta: PT. Gramedia.

- Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta*. *JBMA*, Vol IV, No 2, hal 60-69.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Sangadji, E.M., and Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV. ANDI.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiyaningrum, A., Jusuf, U., dan Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 1*, Yogyakarta: CV. ANDI.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi, Edisi 1*, Yogyakarta: CV. ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sukmaningtiyas, N. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan Tahun 2013*, *Simki-Economic*, Vol 1, No 10.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, F., and Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi, Edisi 1*, Yogyakarta: CV. ANDI.
- Usman, H., and Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Walia, P., dan Singla, L. (2017). *Analysis of Factors Influencing Consumer Purchase Decision of Cellular Phones*, *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, Vol V, Issue 7, page 6347-6356.
- Yazia, V. (2014). *Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian handphone Blackberry*. *Journal of Economic and Economic Education*. Vol 2, No 2, hal 165-173).
- Yuniati, N., & Nurtantiono, A. (2014). *Analisis Pengaruh Variabel Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen pada Pembelian Handphone Cross di Sukoharjo*. *GRADUASI*, Vol 33.