

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Dari hasil uji hipotesis dan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, terdapat dua variabel yang berpengaruh terhadap minat beli *smartphone* Vivo, sedangkan satu variabel tidak berpengaruh. Selanjutnya dijelaskan pada kesimpulan dibawah ini:

1. Hasil uji parsial pada perhitungan statistik menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Vivo di wilayah Jakarta. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis awal penulis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk *smartphone* Vivo di wilayah Jakarta. Hal tersebut dapat disebabkan karena responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini tidak terlalu memperhatikan kualitas produk sebelum membeli *smartphone*, selain itu kualitas produk yang baik identik dengan harga yang mahal sehingga kurang terjangkau bagi sebagian besar responden pada penelitian ini. Meski begitu, secara simultan kualitas produk jika bersama harga dan promosi dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Vivo di wilayah Jakarta.
2. Hasil uji parsial pada perhitungan statistik menyatakan bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Vivo di wilayah Jakarta. Hasil ini sesuai dengan hipotesis awal yang dibuat penulis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk *smartphone* Vivo di wilayah Jakarta.
3. Hasil uji parsial pada perhitungan statistik menyatakan bahwa promosi secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Vivo di wilayah Jakarta. Hasil ini sesuai dengan hipotesis awal yang dibuat penulis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk *smartphone* vivo di wilayah Jakarta.

## V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, peneliti dapat memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, disarankan agar terus dapat melakukan pengembangan terhadap produk *smartphone* Vivo baik dari segi kualitas produk, harga, dan promosi, karena jika ketiganya secara bersama-sama terus ditingkatkan maka minat beli konsumen terhadap *smartphone* Vivo semakin tinggi. Perusahaan juga dapat lebih berfokus pada strategi penetapan harga dan kegiatan promosi karena kedua variabel tersebut yang memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli konsumen *smartphone* Vivo.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini disarankan untuk menambahkan variabel bebas yang tidak dibahas pada penelitian ini. Mengingat masih banyak variabel bebas yang kemungkinan berpengaruh terhadap variabel minat beli konsumen agar penelitian selanjutnya mendapatkan hasil yang lebih baik. Kemudian disarankan juga untuk memperluas populasi dan sampel penelitian agar hasil penelitian dapat lebih memungkinkan untuk digeneralisasi.