

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 Iklan Pada *Smartphone* Oppo di Kelurahan Pasir Putih maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Oppo di Pasir Putih, Depok. Hal ini dapat dijelaskan bahwa konsumen setuju dengan kelengkapan fitur yang terdapat pada *smartphone* Oppo yang menyediakan *hardware* pendukung seperti (*earphone, charger, dan lain-lain*), serta melihat kualitas yang dimiliki *smartphone* Oppo dan kinerja *smartphone* Oppo, serta daya tahan yang dimiliki *smartphone* Oppo sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Sehingga hasil untuk variabel kualitas produk sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo di Pasir Putih, Depok. Hal ini dapat dijelaskan bahwa tidak semua konsumen setuju bahwa melakukan keputusan pembelian *smartphone* Oppo karena sesuai dengan kemampuan ekonomis untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian misalnya dengan melihat kualitas produk dan iklan. Sehingga hasil untuk variabel harga tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c. Iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Oppo di Pasir Putih, Depok. Hal ini dapat dijelaskan bahwa

konsumen setuju dengan iklan *smartphone* Oppo yang menggunakan celebrity endorse yang terkenal sehingga konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan itu dapat dikatakan bahwa iklan sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Sehingga hasil untuk variabel iklan sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- a. Karena keterbatasan waktu dan biaya maka penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan warga kelurahan Pasir Putih.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan warga pengguna *smartphone* Oppo di kelurahan Pasir Putih, Depok sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk keputusan pembelian di daerah manapun.
- c. Tidak mudahnya dalam mencari responden serta izin untuk riset yang susah didapatkan.
- d. Pada dimensi kualitas produk dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga dari enam dimensi kualitas produk yaitu fitur, kesesuaian, dan keawetan karena dengan ketiga dimensi tersebut sudah dapat mewakili persepsi responden dalam melakukan keputusan pembelian *smartphone* oppo.

5.3 Saran

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

- a. 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* Oppo dan hasilnya mungkin akan berbeda. Kemudian peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti yang mempengaruhi keputusan pembelian