

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menguji mengenai pengaruh variable harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah warga Kecamatan Rawalumbu Kota Bekasi yang menggunakan ponsel Vivo sebanyak 91 orang responden dengan melakukan pertimbangan tertentu.

Hasil dari analisis dan pembahasan ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil nilai  $t_{hitung}$  3,722 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,663 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil nilai  $t_{hitung}$  3,080 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,663 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,003 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Maka disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil nilai  $t_{hitung}$  6,670 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,663 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Hasil yang disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial

terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil F hitung lebih besar dari F tabel yaitu = 136,184 lebih besar dari 2,15 dengan nilai signifikansinya 0,000 (0,000 lebih kecil dari 0,05), artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil analisis yang dilakukan pada penelitian tentang “Pengaruh harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Vivo” dapat disimpulkan penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel xiaomi . Oleh karena itu, peneliti akan mencoba memberikan saran manajerial terkait dengan hasil studi sebagai berikut :

- a. Ponsel Vivo menerapkan harga yang relatif terjangkau agar pelanggan tetap setia mempercayai produk Vivo.
- b. Kualitas produk salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli ponsel Vivo. Oleh sebab itu, ponsel vivo harus lebih memperhatikan kualitas suatu produk dan meningkatkan kualitas setara dengan brand lain atau bahkan melampaui brand lainnya. Vivo harus menciptakan inovasi terhadap fitur-fitur *smartphone* yang bermanfaat bagi konsumennya. Fitur-fitur yang harus ditingkatkan dapat berupa *external* dan *internal*. *External* berupa penggunaan bahan-bahan yang berkualitas, hal ini akan menjadikan ponsel Vivo awet. *Internal* Vivo harus meningkatkan kualitas berupa CPU (*Central Processing Unit*), RAM (*Random Access Memory*), GPU (*General Processing Unit*), kualitas kamera, dan kualitas jaringan dan konektivitas untuk meningkatkan kinerja dari *smartphone* itu sendiri

- c. Vivo perlu meningkatkan promosinya pada website resmi Vivo agar banyak konsumen yang mengunjungi situs web Vivo. Selain itu Vivo menggunakan sosial media seperti instagram, facebook dll. Dari beberapa penerapan promosi yang dilakukan diharapkan akan berdampak pula pada peningkatan keputusan pembelian terhadap ponsel Vivo.

