

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo, yang artinya jika perilaku konsumen ditingkatkan maka keputusan pembelian konsumen akan terus meningkat.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo, yang artinya jika harga ditingkatkan maka keputusan pembelian kepada konsumen akan terus meningkat.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo, yang artinya jika suatu promosi ditingkatkan maka keputusan pembelian kepada konsumen akan terus meningkat.
4. Perilaku konsumen, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan yang artinya jika suatu perilaku konsumen, meningkat maka tingkat kesadaran konsumen juga akan ikut meningkat sehingga minat konsumen akan semakin besar dalam melakukan pembelian. Dan harga yang ditawarkan baik sesuai keinginan konsumen maka tingkat suatu pembelian akan ikut meningkat, dan juga suatu promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan menarik bagi konsumen maka tingkat minat keinginan membeli dari konsumen juga akan semakin tinggi.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, implikasi manajerial sebagai berikut:

1. Handphone merek Oppo harus tetap memperhatikan perilaku konsumen yang ditawarkan kepada konsumen dalam upaya meningkatkan keputusan untuk membeli handphone Oppo. Oleh karena itu Oppo harus tetap mempertahankan keunggulan dan menciptakan keunggulan-keunggulan yang lebih baik dari sebelumnya.

2. Handphone merek Oppo senantiasa memberikan harga-harga yang terjangkau sehingga konsumen puas dengan harga yang diberikan. Harga yang terjangkau dan produk yang dikeluarkan lebih canggih lagi. Sehingga konsumen akan senantiasa memberikan penilaian yang baik juga.
3. Handphone merek Oppo harus tetap memperhatikan dan meningkatkan promosi yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian handphone Oppo. Hal tersebut dikarenakan saat ini banyaknya smartphone lain yang berkembang dan banyaknya promosi yang dilakukan handphone Oppo. Sehingga diupayakan adanya promosi yang dilakukan oleh handphone Oppo dapat menarik konsumen dari segi promosi yang telah dilakukan.
4. Secara keseluruhan, variabel perilaku konsumen, harga dan promosi memberikan pengaruh kepada konsumen handphone Oppo di Kota Bekasi terhadap keputusan pembelian yang dilakukan, maka disarankan produk handphone Oppo terus mempertahankan strategi pemasaran seperti memperhatikan perilaku konsumen dalam menawarkan produk, harga yang dikeluarkan terjangkau dan adanya potongan harga serta promosi seperti diskon, program loyalitas kepada konsumen dan juga even yang dilakukan baik melalui online shop atau offline storenya sehingga konsumen lebih mengetahui produk-produk apa saja yang dipromosikan oleh perusahaan tersebut dan konsumen merasa puas atas produk yang ditawarkan.