

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan pihak *Smartphone* OPPO maka akan meningkatkan keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Artinya semakin baik Promosi yang diberikan pihak *Smartphone* OPPO maka akan meningkatkan keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Hasil uji simultan (Uji f) yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

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

1. PT. Oppo Indonesia selaku perusahaan yang memproduksi handphone merek oppo perlu mempertahankan keunggulan yang dimiliki serta perlunya meningkatkan dan berinovasi terhadap teknologi baru guna tercapainya harapan konsumen atas kualitas produk yang diharapkan. Agar

para calon pembeli maupun pelanggan percaya dan membeli kemudian menggunakan produk *smartphone* oppo secara terus menerus. Dengan adanya teknologi yang semakin maju diharapkan kualitas suatu produk semakin baik dan dapat diterima oleh konsumen. Para pimpinan perlu mengevaluasi dari sudut pandang kualitas produk agar dapat memenangkan persaingan dalam industri handphone.

2. Sebagai salah satu perusahaan yang berkecimpung di industri handphone dalam negeri pimpinan perusahaan perlu berupaya menetapkan strategi bersaing yang ampuh untuk memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan melakukan promosi yang terus menerus dan menarik semua kalangan. Setiap perusahaan pasti sudah menetapkan promosi yang sesuai dengan kualitas produknya dan menguntungkan bagi perusahaan. Pimpinan perusahaan perlu meninjau kembali apakah penetapan promosi yang telah dilakukan menguntungkan perusahaan atau tidak dan kemudian pula apakah promosi sudah sesuai harapan konsumen.
3. Dengan adanya penelitian ini pihak PT. Oppo Indonesia dapat mengkaji kualitas produk seperti apa yang akan dikembangkan di masa depan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan serta tercapainya harapan konsumen atas produk *smartphone* oppo yang ditawarkan, khususnya pada pangsa pasar mahasiswa. Dikarenakan variabel promosi yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* oppo perlu merumuskan promosi yang sesuai dengan pangsa pasar mahasiswa. Promosi merupakan salah satu cara produsen memperkenalkan produk. Sebaiknya kualitas produk dan promosi disesuaikan agar harapan konsumen tercapai dan keuntungan yang diinginkan perusahaan juga tercapai.