

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian untuk menguji mengenai pengaruh variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah di Marga Mulya yang menggunakan ponsel xiaomi sebanyak 90 orang responden dengan pertimbangan tertentu.

Berdasarkan analisis dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari analisis yang dilakukan pada penelitian tentang “pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian ponsel xiaomi” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, 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. Xiaomi harus terus memperhatikan Kualitas produk yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen. hal tersebut dikarenakan, perkembangan yang semakin pesat mempengaruhi persepsi konsumen.
- b. Pihak manajerial diharapkan mampu mempertahankan harga produk xiaomi agar tetap terjangkau sehingga konsumen tetap setia dengan produk xiaomi.
- c. Bagi pihak manajerial xiaomi agar memfokuskan aktivitas pemasaran untuk program yang bertujuan meningkatkan promosi pada website xiaomi agar banyak konsumen mengunjungi website xiaomi sehingga diharapkan akan berdampak pada keputusan pembelian.