

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan:

- 5.1.1 Variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ponsel Vivo. Hal ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk mempengaruhi konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian pada produk Vivo.
- 5.1.2 Variabel Atribut Produk memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Vivo. Hal ini menunjukkan bahwa Atribut Produk mempengaruhi konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian pada produk Vivo.
- 5.1.3 Variabel Iklan tidak berpengaruh signifikan namun bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian pada produk Vivo. Hal ini menunjukkan bahwa Iklan tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian pada produk Vivo.
- 5.1.4 Variabel Inovasi Produk, Atribut Produk, dan Iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Vivo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian selain inovasi produk, atribut produk dan iklan
2. Penelitian yang dilakukan saat ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, yakni mengingat pada saat ini sedang terjadi pandemi covid-19 maka membutuhkan waktu yang relatif lama.

5.3 Saran

Beberapa saran dan pertimbangan yang disajikan berdasarkan penelitian ini antara lain:

- 5.3.1 Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar bisa menambah variabel penelitian dengan objek yang berbeda serta menggunakan jenis data penelitian yang berbeda. Dengan perbedaan data penelitian maka teknik pengumpulan datanya akan berbeda, sehingga hasil data yang didapatkan akan lebih lengkap.
- 5.3.2 Perusahaan dapat mempertimbangkan hasil dari analisis deskriptif dalam penelitian ini dalam mempertimbangkan strategi pemasaran agar sesuai dengan konsumen, diantaranya: konsumen memilih produk Vivo yang

merupakan duplikasi produk ponsel yang kebanyakan sudah ada di pasaran. (variabel Inovasi Produk pernyataan 3 dengan nilai rata-rata terendah), kualitas produk ponsel Vivo sangat terjamin daripada produk yang lainnya. (variabel Atribut Produk pernyataan 1 dengan nilai rata-rata terendah), konsumen menilai produk Vivo harganya tidak terjangkau (Iklan pernyataan 2 dengan nilai rata – rata terendah), serta konsumen memutuskan melakukan pembelian produk Vivo berulang kali karena sudah merasa cocok (variabel Keputusan Pembelian pernyataan 2 dengan nilai rata – rata terendah)

- 5.3.3 Semakin ketatnya persaingan yang semakin ketat antara perusahaan pesaing terbukti dengan adanya produk-produk terbaru yang semakin bermunculan. Untuk itu perusahaan Vivo harus bisa bersaing dengan memunculkan produk-produk yang mengikuti perkembangan zaman dan selalu meningkatkan promosi melalui iklan agar handphone Vivo semakin berkembang dipasar.