

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan:

1. Variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk *handphone* di Toko Makindo Cell Yogyakarta.
2. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk *handphone* di Toko Makindo Cell Yogyakarta.
3. Variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa iklan memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk *handphone* di Toko Makindo Cell Yogyakarta.
4. Variabel inovasi produk, harga, dan iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *handphone* di Toko Makindo Cell Yogyakarta.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan, diantaranya:

1. Hasil pengujian data penelitian menghasilkan Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 53,7% yang artinya variable yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 53,7% terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel dependen dalam penelitian dibatasi satu variabel yakni keputusan pembelian.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat disarankan beberapa hal berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel inovasi produk dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan harapan pelanggan adalah Makindo Cell Yogyakarta menyediakan produk *handphone* terbaru yang mempunyai daya saing. Diharapkan Makindo Cell Yogyakarta menyediakan produk-produk yang memiliki daya saing bisa berdasarkan kualitas ataupun harga.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel harga dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan harapan pelanggan adalah harga produk di Makindo Cell Yogyakarta sesuai dengan manfaatnya. Diharapkan harga produk disesuaikan dengan kualitas dan manfaat produk *handphone* tersebut.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel iklan dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan harapan pelanggan

adalah pesan dalam iklan melalui katalog dapat diingat dalam jangka waktu panjang. Diharapkan Makindo Cell Yogyakarta memperbarui media iklan seperti melalui media online, agar dapat selalu dilihat dan diingat oleh pelanggan dalam jangka panjang.

4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel keputusan pembelian dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan harapan konsumen adalah memutuskan membeli *handphone* di Makindo Cell karena menerima informasi dengan jala mengenai *handphone* di Makindo Cell. Diharapkan Makindo Cell Yogyakarta dalam memberikan informasi produk lebih dijelaskan sesuai dengan harapan konsumen.