

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor harga, kualitas, service dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta. Berdasarkan uraian dan pembahasan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa faktor harga berpengaruh secara parsial (signifikan) terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta karena nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$.
2. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa faktor kualitas berpengaruh secara parsial (signifikan) terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta karena nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0.034 < 0.05$.
3. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa faktor service tidak berpengaruh secara parsial (signifikan) terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta karena nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikansi yaitu $0.071 > 0.05$.
4. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa faktor promosi tidak berpengaruh secara parsial (signifikan) terhadap kualitas audit karena nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikansi yaitu $0.996 > 0.05$.

5. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa seluruh variabel harga, kualitas, service dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel ANOVA dapat diketahui nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ yaitu $0,003 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Faktor Harga merupakan faktor yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta bila dibandingkan dengan faktor kualitas, service dan promosi. Oleh karena itu, produsen handphone merek Samsung harus lebih dapat lagi membuat inovasi-inovasi dengan memunculkan pilihan tipe handphone yang beragam.
2. Untuk penelitian selanjutnya tidak hanya melihat pengaruhnya saja, melainkan hubungan dari faktor-faktor keputusan pembelian yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk semakin memperkuat penilaian konsumen terhadap keputusan membeli handphone merek Samsung.
3. Penelitian selanjutnya hendaknya menambah variabel independen lain yang dapat diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, misalnya: faktor budaya maupun psikologis.