

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 1,872 dan juga nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $4,255 > 1,672$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
2. Iklan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 1,112 dan juga nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $5,944 > 1,672$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 1,184 dan juga nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $14,983 > 1,672$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
4. Harga ( $X_1$ ), iklan ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ), Secara Simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone oppo. Hal ini dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $79,930 > 2,70$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan uraian diatas maka ada beberapa hal penting yang bisa penulis rekomendasikan antara lain:

1. Variabel kualitas produk, harga, dan promosi menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada hp OPPO maka perusahaan ( produsen hp OPPO) harus lebih cermat dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang diteliti yaitu mahasiswa, terlihat bahwa keputusan pembelian mereka tidak mudah dipengaruhi oleh orang lain melainkan dari pribadi masing-masing. Sehingga faktor harga dan kualitas menjadi pertimbangan tersendiri.
2. Perusahaan terus meningkatkan kualitas produk, melanjutkan kegiatan promosi yang sudah ada dan selalu berinovasi pada produknya. Akan tetapi harus didukung dengan riset pemasaran agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang bermacam-macam dan selalu berubah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boyd Harper W dkk. 2000, *Manajemen Pemasaran, (suatu pendekatan strategis dan orientasi global)*, edisi ke dua jilid 1. - Erlangga, Jakarta.
- Bukhari Alma. 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. - CV, Bandung.
- Cravens David W. 1996, *Pemasaran Strategis*, Edisi II. - Erlangga, Jakarta.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah. 2013, *Perilaku Konsumen*. Andi - Yogyakarta.
- Edi Cahyono. 2018, *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Akademi Manajemen Administrasi YPK.5(1) h61-75 - Yogyakarta.
- Ferdinand A. 2006, *Metode Penelitian Manajemen* - Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ibnu Subiyanto. 2003, *Metodologi Penelitian Manajemen dan Akuntansi*. - Klaten : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Kasali Rhenald. 1995, *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. - Edisi empat. PAU Ekonomi UI, Jakarta.
- Kotler Philip. 2005, ( terj. Bambang Sarwiji) *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 dan 2 - PT.Indeks ;5, Jakarta.
- Kotler Philip [et al.], 2001, *Manajemen Pemasaran : PERSPEKTIF ASIA* Edisi Ketiga. - Person Education, Icn, Jakarta.
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller. 2007, *Manajemen Pemasaran ( terj.Benyamin Molan )* edisi 12 - PT.Index, Jakarta.
- Kotler Philip, 2007, *Dasar-Dasar Pemasaran* - PT Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi Hamdani. 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. - Salemba Empat, Jakarta.
- Silvia Cendana Ratih Elok Wijaya. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Smartphone Samsung*. Jurnal Ilmu dan Riset manajemen. 6(4) h1-20.

- Suri Amalia. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. 6(1) h1-10
- Setiadi Nugroho J. 2008, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pasar)*. Edisi Pertama, cetakan ke-3. - Kencana, Jakarta.
- Tambunan Krystia. 2012, *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto* [Book]. - Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Tjiptono Fandy 2011, *Strategi Pemasaran*. - Andy Offset, Yogyakarta.
- Umar Husein. 2011, *Penelitian Manajemen Strategik, Cara Mudah Meneliti Masalah-masalah Manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis dan Praktik Bisnis* - Jakarta : Rajawali Press.
- Widiyano L Pointers. 2008, *Metodologi Penelitian*. –Semarang.