

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Surabaya, dengan demikian hipotesis pertama dapat didukung kebenarannya.
2. Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Surabaya, dengan demikian hipotesis kedua dapat didukung kebenarannya.
3. Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Surabaya, dengan demikian hipotesis ketiga dapat didukung kebenarannya.
4. Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Surabaya, dengan demikian hipotesis keempat dapat didukung kebenarannya.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah memberikan hasil temuan tentang pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi dan implikasi – implikasi yang diajukan masih

sangat terbatas hanya pada hal – hal yang berkaitan dengan variabel – variabel yang terkait dengan penelitian tersebut dengan sasaran keputusan pembelian. Keterbatasan juga terdapat pada alat ukur penelitian yaitu kuesioner yang disebarakan kepada responden tidak mencantumkan pertanyaan – pertanyaan terbuka pada setiap item pertanyaan yang akan memungkinkan responden untuk mendeskripsikan jawaban sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang dialami pada saat melakukan pembelian smartphone Xiaomi, sehingga dapat digunakan sebagai dasar yang lebih kuat pada perumusan implikasi manajerial hasil penelitian.

### **5.3 Saran**

1. Bagi perusahaan hendaknya promosi smartphone xiaomi semakin dikembangkan lagi dengan cara memberikan pelayanan yang ramah dan tata letak ruangan yang menarik agar konsumen dapat merasa puas dan nyaman sehingga dapat menambah *income* perusahaan.
2. Tempat berjualan smartphone xiaomi juga harus semakin diperbanyak lagi, terutama di kota-kota besar agar calon konsumen semakin tertarik dan dapat membeli smartphone xiaomi tersebut secara lebih mudah. Keramaian dan keamanan tempat juga menjadi salah satu faktor konsumen agar mau berkunjung ke tempat belanja tersebut.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian dan sampel penelitian demi kesempurnaan penelitian yang akan dilakukan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agnes, Algrina 2013. "*Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado*".
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Burhan Bungin, 2013. "*Metodologi penelitian Ekonomi dan Sosial*". Jakarta : PT. Kencana
- Chai lee Goi.2009. "*A review Of Marketing Mix: 4Ps or More*" Sarawak, Malaysia.
- Etta dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta.
- Febryan Sandy et al. 2014. "*Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indosar di Universitas Brawijaya*". Malang
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 10. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran*, Edisi 4. Penerbit Indeks. Jakarta
- Moh. Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Penerbit Ghalia. Bogor
- Mohamad, R. et. al. 2013. "*Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pasien Rawat Inap Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Islam Faisal Makassar Tahun 2011*". Makassar.
- Imam Ghozali, 2013. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, edisi 7*". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Putro, Eko. 2014. "*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Honda Supra-X125cc Pada PT Daya Anugrah Mandiri Surabaya*".
- Selang, Christian. 2013. "*Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Bahu Mall Manado*".

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Thoo Ai Chin dan Amran Rasli. 2012. "The Relationship Between Marketing Mix and Customer Decision Making Over Travel Agents". Palembang

Valdy, Ronald. 2013. "Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz Pt. Hasjrat Abadi". Manado.

Sumber lain:

[www.idc.com](http://www.idc.com) diakses pada Selasa, 15 Desember 2015, pukul 10.34

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) diakses pada Selasa 15 Desember 2015, pukul 10.40

[www.mi.com](http://www.mi.com) diakses pada Jumat 8 Januari 2016, pukul 08.21

[www.inet.detik.com](http://www.inet.detik.com) diakses pada Jumat 8 Januari 2016, pukul 08.23