

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Simpulan

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

1. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Surabaya”, dapat diterima.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa Kesadaran Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Kesadaran Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Surabaya”, dapat diterima.
3. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “*Word of Mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Surabaya”, dapat diterima.

4. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa Kualitas Produk, Kesadaran Merek, *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Kualitas Produk, Kesadaran Merek, *Word of Mouth*, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Surabaya”, dapat diterima.

### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

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

1. Keterbatasan teknik pengumpulan data yang melalui kuisisioner akan menimbulkan bias jawaban responden, akan lebih baik jika pengumpulan data diperkuat dengan wawancara.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan pembahasan dan simpulan hasil penelitian maka dapat dikembangkan beberapa saran atau masukan bagi pihak – pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran – saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan *smartphone* diharapkan dapat lebih memperhatikan variabel-variabel Kualitas Produk, Kesadaran Merek, *Word of Mouth* dari

produk yang dipasarkan agar lebih baik lagi karena pada penelitian ini baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Surabaya.

2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan untuk menambah variabel-variabel lain.



## DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, A. David. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda . Jakarta: Mitra Utama.
- Afroz, N. 2013. Effect of Advertisement on Buying Responses of Couples Through Brand Survey Technique. *Social Science International*, 29(1) ,pp: 129-140.
- Ahmad M. Zamil. 2015. "The Impact of Word Of Mouth (WOM) on the Purchasing Decision of the Jordanian Consumer". *Research Journal of Internasional Studies* – Issue 20 September
- Anwar Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Danang Sunyoto. 2013. *Analisis Data Ekonomi Dengan Menggunakan SPSS*. Jakarta: Indeks.
- Darmawan Wicaksono, 2013. "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Perilaku Konsumen dalam Melakukan Keputusan Iphone (Studi Pengguna Iphone di Kota Semarang)" Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis : Universitas Diponegoro Semarang
- Debby Kartika Hasan, 2015. "Pengaruh Kualitas Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis FISIP USU" Jurnal.
- Doostar, Mohammad, dkk. 2012. "Impact of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Products With Low Mental Conflict". *Jurnal of Basic and Applied Scientific Research*.
- Ennew, Banerjee & Li. *Organic Word of Mouth dan Amplified Word of Mouth*. (Online) ([www.asiapr.net](http://www.asiapr.net) , diakses pada 15 November 2016)
- Fredy, 2014. *Perkembangan ICT Berkontribusi Ciptakan Perdamaian* (Online) ([https://kominfo.go.id/content/detail/4143/dirjen-ikp-perkembangan-ict-berkontribusi-ciptakan-perdamaian/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/content/detail/4143/dirjen-ikp-perkembangan-ict-berkontribusi-ciptakan-perdamaian/0/berita_satker) , diakses pada 6-12-2016)
- Harjadi, Didik & Fatmasari, Dewi. 2008. *WOM Communication sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran Vol 4, No 8, 72-74* diakses pada 16 Oktober 2016 dari [www.equilibrium.com](http://www.equilibrium.com).
- Hsu. Chaty H.C. and Powers, Tom. 2002. *Marketing Hospitality*,. New York, USA: John Wileys & Sons, Inc.

- Imam Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. BP Universitas Diponegoro Semarang.
- \_\_\_\_\_, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Indra Jaya, 2016. “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli ( Studi Pada Mahasiswa Fakultas UNY Pengguna Iphone )*”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Isro’ Jimmy Miftakh, 2013. “*Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry*” . Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2011. *Pedoman Survei Kuesioner: Pengembangan Kuesioner, Mengatasi Bisnis, dan Meningkatkan Respon*. Yogyakarta: BPF.
- Kamins, M. A., dan Marks, L. J., 2012. *The perception of Kosher as a third party certification claim in advertising for familiar & unfamiliar brands*. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.19 No.3, pp. 177-185.
- Kotler & Armstrong. 2011. *Marketing an Introduction*. Edisi 9. New Jersey: Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran*. Edisi keempat. Penerbit : Indeks.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Riset Pemasaran*. Edisi keempat. Penerbit : Indeks.
- Melvern Tamunu dan Ferdinand Tumewu 2014. *Analyzing The Influence of Price And Product Quality on Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado*. *Research Journal of International Studies*.
- Mudrajat Kuncoro. 2009. “*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*”. Edisi 3. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad Fadhli, Nawazirul Lubis, dan Sari Listyorini. 2014. “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pemilik Iphone (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) Universitas Diponegoro*” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*

- Owusu Alfred, 2013 “*Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study*“ *Journal of business and Management*, vol.5, No 1.Pp.179-198
- Panji, Aditya. 2014. *Berawal 2007, Ini Wajah Iphone dari Masa ke Masa* (Online) (<http://tekno.kompas.com/read/2014/01/13/1024534/Berawal.2007.Ini.Wajah.iPhone.dari.Masa.ke.Masa> , di akses pada 6-12-2016)
- Rosady Ruslan. 2012. *Metodologi Penelitian: Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Silviana Adinda, Listyo Dwi Harsono, ST., MT. 2014. “*Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Ponsel Android*”. Jurnal
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, danR&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, Marlin Silviana dan Melina Melone. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Cetakan kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suryani, Tatik. 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi 1. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Yusuf, Kurniawaty, Leonita K, A.G. Eka Wenats, Syarief, Putut Widjanarko, Rini Sudarmanti, Suraya, Tri Wahyuti, Wahyuutama, dan Ratno Suprpto. 2012. *Integrated Marketing Communications Succes Story*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, Oik. 2015. *Data Firma Riset Pasar IDC* (Online) (<http://tekno.kompas.com/read/2015/01/31/15170057/google.setahun.terh.apus.apple.tiga.bulan> , diakses 9 November 2016)
- Zamil M. Ahmad. 2011. “The Impact of Word of mouth (WOM) on the Purchasing Decision of the Jordanian Consumer”. *Research Journal of International Studies*. 20 (September). Pp 24-29.