

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa yang telah dilaksanakan oleh peneliti baik secara deskriptif maupun statistik dengan menggunakan SPSS 16.0, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Variabel Iklan berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Oppo di Surabaya.
2. Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Oppo di Surabaya.
3. Variabel Kualitas Produk berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Oppo di Surabaya
4. Variabel Iklan, Harga, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Oppo di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan, adanya beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, di antaranya yaitu :

1. Kesulitan mendapatkan responden di lokasi-lokasi ramai yang tidak diperbolehkan untuk menyebarkan kuesioner tanpa ada izin tertulis atau

proposal dari peneliti dan kantor cabang pusat. Sehingga penyebaran kuesioner di lakukan pada tempat lain seperti jalan raya Kembang Kuning, Taman Bungkul Surabaya, Counter resmi Oppo di Plaza Marina, Warung Kopi Sulam, Perumahan Palm Spring Jambangan, Kampus STIE Perbanas, jalan Ikan Lumba-Lumba dan parkir Mall Sutosyang berpotensi mendapatkan responden sesuai kriteria dalam penelitian ini.

2. Adanya beberapa responden yang tidak berkenan atau menolak untuk mengisi kuesioner dan beralasan tidak ada waktu, sehingga mengharuskan peneliti untuk membantu menuliskan kuisisioner dengan cara membacakan pernyataan kuisisioner.
3. Adanya beberapa kendala untuk mendapatkan responden yang memiliki *smartphone* Oppo tipe F1 S, karena rata-rata cenderung masih lebih banyak masyarakat yang menggunakan produk dari Samsung maupun Iphone.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang telah diuraikan di atas, adanya beberapa saran dari peneliti yang mungkin bermanfaat bagi pihak terkait, diantaranya yaitu :

1. Bagi Perusahaan *Smartphone* Oppo
 - a. Diharapkan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan sehingga kedepannya perusahaan mampu meningkatkan kinerja perusahaan yang bertujuan untuk menarik keputusan pembelian konsumen terhadap produk *smartphone* Oppo agar memperoleh keuntungan sebesar-besarnya

b. Dari hasil kuesioner yang telah diolah peneliti, nilai terendah di dapat dari indikator H 1 yang di kategorikan setuju dengan pernyataan “Menurut saya, harga *smartphone* Oppo sesuai dengan kemampuan”. Dari hasil tersebut perusahaan *smartphone* Oppo disarankan untuk memperhatikan variabel harga yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian agar meninjau kembali kebijakan dalam penentuan harga produk yang lebih terjangkau oleh semua konsumen. Sehingga hal tersebut dapat memberikan nilai tambah pada variabel harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Di sarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain selain variabel-variabel bebas yang dibahas pada penelitian ini yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pengguna *smartphone* Oppo seperti, Citra Merek, Loyalitas, Kepercayaan dan sebagainya.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar perluasan penelitian dan masukan atau bahan acuan bagi peneliti selanjutnya

DAFTAR RUJUKAN

- C.Suresh, K.Anandanatarajan, R.Sritharan. 2015. "Effect of Sales Promotion Tools on Customer Purchase Decision with Special Reference to Specialty Product (Camera) at Chennai", Tamilnadu. *Asia Pacific Journal of Research Vol: I. Issue XXI* , 171-176.
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal. 2012. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang)". *Journal Management Diponegoro. Vol 1, Nomor 2* .
- Hasan Ma'ruf. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Motor Matic di Purwodadi". *Journal Management Purwodadi Vol 1, 1-33*
- Imam Ghozali. 2012. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang": BP.UNDIP.
- Jajat Kristanto. 2011. "*Manajemen Pemasaran Internasional*". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2011. "*Marketing on Introduction*" Edisi 9. New Jersey: Prentice Hall.
- Malhota, Naresh K. 2009. "*Riset Pemasaran*". Edisi empat Indeks.
- Melvorn Tamunu dan Ferdinand Tumewu. 2014. "Analyzing the Influence of Price and Product Quality on Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado ".*Jurnal EMBA 1255 Vol.2 No.3* September 2014, Hal. 1255-1263.
- Morissan. 2012. "*Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*". Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad Saleh Memon, Safia Khan, Shoaib Hyder. 2015. "Advertising Competence (for Personal Care Product) endowed to Consumer Purchase Decision". *International Journal of Management Sciences and Business Research, (2226-8235) Vol-4, Issue 6* , 41-47.
- Onigbinde Isaac Oladepo dan Odunlami Samuel Abimbola. 2015. "The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision -A Study of Beverage Consumes in Lagos State, Nigeria". *Journal of Marketing Studies Vol.3 No.4* , 97-109.
- Peter dan Olson. 2013. "*Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran*". Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Dian Tantri Dwiandani . Jakarta: Salemba Empat.
- Sri Hartini. 2016. "Pengaruh Nilai Informasi dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung". *Akutansi dan Bisnis Volume 2. Nomor 2*.

Tatik Suryani. 2013. "Perilaku Konsumen di Era Internet implikasinya pada Strategi Pemasaran" Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F. 2008. "Strategi Pemasaran". Edisi tiga . Yogyakarta: Andi.

Van Voorhis C.R.W. & Morgan B.L., 2007. "Understanding Power and Rules of A Thumb for Determing Sampel Size". Tutorial in Quantitative Methods for Psychology, 3 (2): 43-50.

Yusuf, Kurniawaty, LeonitaK, EkaWenats, A., & Syarief. 2012. "Integreted Marketing Communications Succes Story". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

www.topbrand-award.com/top di akses pada tanggal 1-5-2016

www.Infoajib.com di akses pada 3-2015

