

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari analisa yang telah dilaksanakan oleh peneliti baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan.

1. Variabel Iklan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Surabaya.
2. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Surabaya.
3. Variabel Iklan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Surabaya.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Responden yang kurang serius dalam menanggapi pertanyaan kuesioner yang penelitian sajikan.
2. Responden yang tidak mau mengisi kuesioner dan ketika mengisi kuesioner beberapa responden terburu-buru sehingga tidak lengkap dan kuesioner tidak bisa diolah.

#### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Samsung
  - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel iklan adalah variabel yang berpengaruh dalam penelitian kali ini, sehingga sebaiknya perusahaan *Smartphone* Samsung lebih mengutamakan iklan dalam memasarkan produknya. Contoh, dengan cara menampilkan iklan yang unik dan menarik, sehingga hal tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli *Smartphone* Samsung.
  - b. Untuk perusahaan *Smartphone* Samsung, pada variabel kualitas produk diharapkan menjadi pertimbangan bagi perusahaan tersebut agar selalu menjaga kualitas produk yang lebih baik lagi sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk *Smartphone* Samsung.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Untuk memperoleh hasil yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini sehingga dapat lebih representatif.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Apriyani, Y. 2013. Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*. 2(1), pp: 1-10.
- Archi C. Ruslim dan Ferdinand J. Tumewu. 2015. "The Influence of Advertisement, Perceived Price, and Brand Image on Consumer Buying Decision to Asus Mobile Phone". *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3. (september). Hal. 393-401.
- Burhan Bungis, 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategi*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariates dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong. 2013. *Principles of Marketing*. New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. (Global Edition) Edisi 15. Penerbit Pearson Education Limited.
- Lasander, Christian, 2013. "Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional (Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe)". *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3. (September). Hal 284-293.
- Lijan Poltak Sinambela. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Penerbit: Graha Ilmu.
- Melvorn Tamunu dan Ferdinand Tumewu. 2014. "Analyzing the Influence of Price and Product Quality on Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado". *Jurnal EMBA*. Vol.2 No.3. (september). Hal. 1255-1263.
- Mega Usvita. 2013. "Pengaruh Iklan dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cream Wajah Pond's Pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Pasaman (STIE YAPPAS)". *E-jurnal Aprestasi Ekonomi*. Vol.1. No.1. (Januari). Hal 53-63.
- Morissan, M.A., 2012. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta. Penerbit: Kencana Prenada Media Grup.

- Musay, F. P. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*,3(2),pp: 1-7.
- Ni Putu Novia Karlina dan Ni Ketut Seminari. 2015. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar”. *E-jurnal Manajemen UNUD*. Vol.4. No.6 Hal 1610-1623.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Laksbang Pressindo.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Steven Edbert, Altje Tumbel dan Willem Alfa Tumbuan. 2014. “Pengaruh Image, Harga, Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent di Kota Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol 2. (September). Hal 1035-1044.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapin dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss*. Jakarta. Penerbit: Prenada Media Grup.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.