

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebanyak tiga hipotesis.

Simpulan dari tiga hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

##### **5.1.1 Simpulan mengenai Hipotesis 1**

H1 : Semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi minat beli konsumen.

Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang searah antara *kualitas layanan* dengan *minat beli konsumen*. Hal ini mendukung penelitian Ruyter *et al.*, (1996), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik akan mendorong minat beli konsumen, yang ditunjukkan dengan nilai estimasi sebesar 1,204.

##### **5.1.2 Simpulan mengenai Hipotesis 2**

H2 : Semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi minat beli konsumen.

Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang searah antara *nilai pelanggan* dengan *minat beli konsumen*. Hal ini mendukung penelitian (Budiman, 2003, DeCarlo *et.al*, 2007, dan Mangold *et.al*, 1999) yang menunjukkan bahwa nilai pelanggan yang tinggi akan mendorong minat beli konsumen, yang ditunjukkan dengan nilai estimasi sebesar 1,095.

##### **5.1.3. Simpulan mengenai Hipotesis 3**

H3 : Semakin tinggi minat beli, semakin tinggi keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang searah antara minat beli dengan keputusan pembelian. Hal ini mendukung penelitian Herche (1994) dan Ajay dan Goodstein (1998) menyatakan bahwa minat beli

## ***Bab – V Simpulan dan Saran***

konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu produk. Sebaliknya, minat beli konsumen yang rendah akan mencegah konsumen untuk membeli produk, yang ditunjukkan dengan nilai estimasi sebesar 0,888.

### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan yang berupa hasil pengisian kuesioner banyak yang terlihat tidak serius dalam pengisiannya, oleh sebab itu keterbatasan dan kelemahannya bisa dijadikan sumber penelitian yang akan datang.

### **5.3 Saran**

#### **5.3.1 Penelitian akan Datang**

1. Diharapkan penelitian yang akan datang memakai populasi yang luas selain di Universitas Kristen Maranatha, sehingga hasil dari analisis penelitian yang didapat akan lebih akurat.
2. Penelitian juga tidak hanya meneliti pada satu produk Smartphone BlackBerry, tapi diharapkan memakai produk Smartphone berbeda agar hasilnya bisa dibandingkan.
3. Indikator dalam variable lebih diperinci agar hasilnya lebih akurat.
4. Diharapkan penelitian yang akan datang menambah variabel penelitian yang mempengaruhi minat beli, misalnya: variabel keunggulan produk, rasa percaya dan lain sebagainya.