

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh loyalitas, kualitas, komunikasi pemasaran, tradisi sejarah dan negara asal terhadap keputusan pembelian smartphone di Universitas Kristen Maranatha. Dari rumusan masalah yang di ajukan, analisis data yang telah di lakukan, dan pembahasan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat di tulis sebagai berikut:

Jadi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara loyalitas terhadap keputusan pembelian, yang berarti apa bila konsumen yang memiliki loyalitas tinggi akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Hal tersebut terjadi juga pada kualitas produk yang berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas terhadap keputusan pembelian, yang berarti apa bila kualitas produk yang di tawarkan tinggi oleh sebuah merek produk maka keputusan pembelian dari konsumen akan meningkat.

Tetapi Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian, yang berarti komunikasi pemasaran tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara tradisi sejarah terhadap keputusan pembelian, yang berarti apa bila merek yang memiliki tradisi sejarah yang baik maka keputusan pembelian akan produk merek tersebut meningkat.

Dan juga adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara negara asal terhadap keputusan pembelian, yang berarti apa bila merek yang memiliki negara asal yang terkenal maka keputusan pembelian akan merek tersebut akan meningkat.

Jadi, variabel loyalitas, kualitas, komunikasi pemasaran, tradisi sejarah dan negara asal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari F hitung $75.718 > F$ tabel dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari nilai α 0,05). Keputusan pembelian akan meningkat apabila loyalitas yang kuat, kualitas yang bagus, komunikasi pemasaran jelas, tradisi sejarah yang baik dan negara asal yang terkenal.

5.2. Keterbatasan penelitian

Setelah melakukan analisis data dan interpretasi hasil, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data pada penelitian ini masih dianggap kurang efektif karena menggunakan metode kuesioner.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Universitas Kristen Maranatha dengan rentang waktu yang terbatas.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran terhadap hasil penelitian yang diberikan, yaitu sebagai berikut:

1. Dengan melihat kesimpulan di atas bahwa loyalitas, kualitas, komunikasi pemasaran, tradisi sejarah dan negara asal berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian, maka di sarankan kepada pihak manajemen untuk lebih memperhatikan variabel tersebut agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Untuk perusahaan, karena penelitian ini mendapatkan hasil bahwa loyalitas, kualitas, komunikasi pemasaran, tradisi sejarah dan negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone. Untuk itu di harapkan produsen smartphone untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk yang di berikan agar konsumen akan loyal terhadap produk dari merek yang di pakai yang akan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Penelitian ini menggunakan variabel loyalitas, kualitas, komunikasi pemasaran, tradisi sejarah dan negara asal terhadap keputusan pembelian maka di harapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang tidak di pakai dalam penelitian ini seperti harga, desain dan sebagainya.

