

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dan pelayanan purna jual dengan keputusan pembelian *Smartphone Samsung* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 13,562 + 0,384 X_1 + 0,385 X_2$. Koefisien kualitas produk (X_1) dan pelayanan purna jual (X_2) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan purna jual dengan keputusan pembelian. Kualitas produk dan pelayanan purna jual untuk menjelaskan keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta secara simultan yaitu 40,3% sedangkan 59,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian *Smartphone Samsung* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk sebesar 28,7% sedangkan 71,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Terdapat hubungan yang positif antara pelayanan purna jual dengan keputusan pembelian *Smartphone Samsung* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Koefisien X_2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara pelayanan purna jual dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat pelayanan purna jual maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh pelayanan purna jual sebesar 29,6% sedangkan 70,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan purna jual adalah beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk dan pelayanan purna jual berhubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing indikator dari variabel kualitas produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah baterai tahan lama dari dimensi *durability* (daya tahan) sebesar 25,18% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah produk yang diinginkan konsumen dari dimensi *conformance* (kesesuaian) sebesar 24,76% dan variabel pelayanan purna jual terlihat bahwa indikator yang memiliki

skor tertinggi adalah penyediaan *accessories* sebesar 33,64% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah pelayanan pemeliharaan sebesar 32,87%.

Dari hasil pengolahan data, *Smartphone Samsung* sebagai salah satu produsen *Smartphone* terkenal di Indonesia harus dapat menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang memiliki skor rendah agar dapat diperbaiki untuk kedepannya. Selain itu, *Smartphone Samsung* harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tinggi, sehingga keputusan pembelian dapat tercapai.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, antara lain:

1. Diketahui indikator terendah pada variabel kualitas produk yaitu *conformance* (kesesuaian). Hal ini menandakan kesesuaian produk masih rendah, oleh karena itu sebaiknya *Smartphone Samsung* meningkatkan produknya dalam memenuhi standar yang ditetapkan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk *Smartphone Samsung*.
2. Diketahui indikator terendah pada variabel pelayanan purna jual yaitu pelayanan pemeliharaan, oleh karena itu sebaiknya *Smartphone Samsung* meningkatkan pelayanan atau jaminan yang disediakan oleh

perusahaan kepada konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk *Smartphone Samsung*.