

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui secara umum variabel kualitas produk *smartphone* Xiaomi dianggap baik di masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari jawaban kategori setuju pada dimensi kualitas produk sebesar 64,5% tetapi pada indikator “Xiaomi memiliki lcd yang tidak mudah pecah” dan indikator “Xiaomi memiliki design yang menarik di tiap tipenya” mendapat jawaban tidak setuju paling banyak, masing-masing sebanyak 15%.
2. Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui secara umum bahwa masyarakat telah melakukan keputusan pembelian karena dimensi keputusan pembelian mendapatkan rata-rata jawaban pada kategori setuju sebesar 43,3%. Tetapi indikator “saya mempunyai keinginan untuk terus menggunakan *smartphone* Xiaomi” mendapatkan respon tidak setuju paling banyak yang artinya, tingkat loyalitas *smartphone* Xiaomi masih rendah.
3. Hasil pengolahan data dapat dinyatakan dalam persamaan regresi:

$$Y=18,383 + 0,615X$$

Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dari uji r , koefisien determinasi sebesar 0,439 yang mempunyai arti 43,9% variasi pada variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk. Sisanya sebesar 56,1% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti eukitas merek, citra merek, promosi, persepsi harga.

B. Saran

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

1. Bagi konsumen

Konsumen harus lebih hati-hati dalam menggunakan *Smartphone* Xiaomi agar tingkat kerusakan rendah dan membeli hanya di toko resmi, konsumen juga dapat memberikan saran atau kritik kepada perusahaan agar perusahaan mengetahui kekurangan dari produk mereka dan dapat meningkatkan kualitas produk dari *Smartphone* Xiaomi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk mengetahui aspek lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian, hendaknya peneliti selanjutnya meneliti variabel-variabel lain selain kualitas produk. Karena dari penelitian ini diketahui 43,9% masih ada factor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Perusahaan harus meningkatkan kualitas produk terutama pada kualitas *lcd* dan menambah estetika dari *smartphone* Xiaomi seperti memperbarui secara berkala design dari *smartphone* xiami dengan mengikuti *trend* yang ada saat ini, karena banyak pelanggan yang tidak setuju pada indikator “*Smartphone* Xiaomi tidak mudah pecah” dan “Xiaomi memiliki *design* yang menarik di tiap tipenya.” Dengan begitu pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan, karena pada indicator mempunyai keinginan untuk terus menggunakan *smartphone* Xiaomi mendapatkan respon setuju paling sedikit dari dimensi keputusan pembelian, hanya 44% dan yang menjawab tidak setuju mendapat respon paling banyak, yaitu sebesar 18%.