

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian ini, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan analisis deskriptif dari variabel persepsi harga secara umum dapat dikategorikan baik. Adapun indikator yang memiliki persentase setuju dan sangat setuju paling tinggi sebesar 87,07% pada indikator harga laptop bervariasi sesuai dengan spesifikasi laptop dengan pernyataan ‘Harga laptop Asus bervariasi sesuai dengan spesifikasinya.’
2. Berdasarkan analisis deskriptif dari variabel keputusan pembelian secara umum dapat dikategorikan baik. Adapun indikator yang memiliki persentase setuju dan sangat setuju paling tinggi sebesar 77,55% pada indikator kebutuhan konsumen dengan pernyataan ‘Saya menggunakan laptop Asus untuk membantu / menunjang kegiatan saya’.
3. Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan maka diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya persepsi harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,607 yang artinya keputusan pembelian 60,7% dipengaruhi oleh persepsi harga, dan sisanya 39,3 % dipengaruhi oleh variabel lain, seperti kualitas produk, promosi, dan citra merek.

B. Saran

Melalui penelitian ini, peneliti bermaksud memberikan saran yang sesuai dengan penelitian, yaitu:

1. Untuk Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan variabel *independent* lain selain persepsi harga yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Asus, misalnya kualitas produk dan citra merek

2. Untuk Perusahaan

Sebaiknya dalam menentukan harga laptop perusahaan Asus melakukan survei dengan membandingkan harga laptop asus dengan laptop merek lain dengan spesifikasi yang sama agar harga tak berbeda terlalu jauh. Untuk kedepannya sebaiknya Asus lebih meningkatkan pemasaran di media elektronik berupa tv agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai spesifikasi laptop Asus yang baru dan akan *launching*.