

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. Penelitian ini memperoleh suatu persamaan regresi berganda ialah: $\hat{Y} = 25,019 + 0,250 X_1 + 0,358 X_2 + 0,670 X_3$. Hal ini berarti iklan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Gaya Hidup (X_3) nilainya 0, maka keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar 25.019. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,250 yang berarti apabila Iklan (X_1) mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,250 pada konstanta sebesar 25,019 dengan asumsi nilai koefisien X_2 dan X_3 tetap. Kemudian, nilai koefisien X_2 sebesar 0,358 yang berarti apabila Kualitas Produk (X_2) mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,358 pada konstanta sebesar 25,019 dengan asumsi nilai koefisien X_1 dan X_3 tetap, dan nilai koefisien X_3 sebesar 0,670 yang berarti apabila Gaya Hidup (X_3) mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,670 pada konstanta sebesar 25,019 dengan asumsi nilai koefisien X_1 dan X_2 tetap.

2. Terdapat pengaruh yang positif antara iklan dengan keputusan pembelian pada mahasiswa di Jakarta. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara iklan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkatnya iklan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Sehingga variabel iklan dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa di Jakarta sebesar 17,5%, sedangkan 82,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.
3. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada mahasiswa di Jakarta. Koefisien X_2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Sehingga variabel kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa di Jakarta sebesar 16,6%, sedangkan 83,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.
4. Terdapat pengaruh yang positif antara gaya hidup dengan keputusan pembelian pada mahasiswa di Jakarta. Koefisien X_3 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkatnya

gaya hidup maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Sehingga variabel gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa di Jakarta sebesar 36,1%, sedangkan 63,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

5. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa iklan, kualitas produk dan gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Iklan, kualitas produk dan gaya hidup 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 keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator tampilan sebesar 11,43%, sedangkan yang memiliki skor terendah adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal bersama sub indikator orang lain sebesar 10.85%.

Dari hasil pengolahan data, Oppo sebagai produsen seharusnya menaruh perhatian lebih besar kepada indikator yang memiliki skor rendah agar dapat diperbaiki untuk kedepannya. Selain itu, Oppo sebagai produsen harus tetap mempertahankan indikator yang

mempunyai skor tertinggi, sehingga mampu memperoleh suatu keputusan pembelian secara maksimal.

6. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone oppo* dalam penelitian ini hanya terdiri tiga variabel saja, yaitu iklan, kualitas produk dan gaya hidup. Namun tentunya masih terdapat faktor yang lainnya.
2. Faktor lainnya yang menjadi keterbatasan penelitian ini bertepatan pada situasi pandemi “*covid-19*”, hal ini menjadikan keterbatasan dan keterjangkauan waktu dalam mencapai populasi bagi peneliti.

7. Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian ini, maka rekomendasi penelitian selanjutnya, dengan adanya keterbatasan penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya ialah:

1. Pada penelitian saat ini hanya melaksanakan pengujian tiga variabel independen ialah iklan, kualitas produk dan gaya hidup kepada keputusan pembelian *smartphone oppo*, sehingga peneliti merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya dengan menambahkan lebih banyak lagi variabel lainnya.

2. Pada penelitian ini hanya baru menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics*, sehingga peneliti merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya agar lebih beragam lagi dalam menggunakan teknik analisis data yang lainnya dengan menggunakan media perhitungan yang lain seperti *Structural Equation Model (SEM)*.



