

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di kota Padang. Hal ini menjelaskan bahwa motivasi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli *smartphone* merek Samsung di kota Padang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel persepsi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di kota Padang. Hal ini menjelaskan bahwa persepsi tidak dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli *smartphone* merek Samsung di kota Padang.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di kota Padang. Hal ini menjelaskan bahwa sikap dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli *smartphone* merek Samsung di kota Padang.

5.2 Implikasi

Implikasi penelitian berhubungan dengan hasil penelitian. Hubungannya adalah berupa tindakan nyata yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang membutuhkan hasil penelitian. Penelitian ini dapat digunakan sebagai arahan dan pedoman untuk perusahaan dalam upaya mempertahankan keberadaan perusahaan dan juga untuk peneliti yang selanjutnya.

Pada variabel motivasi, indikator yang paling banyak berpengaruh adalah indikator ke 1 yaitu “Saya membeli *smartphone* merek Samsung karena adanya sebuah dorongan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi pada aktivitas saya sehari-hari” serta indikator ke 3 yaitu “*Smartphone* merek Samsung mempunyai kualitas yang baik” dan indikator yang paling sedikit berpengaruh adalah indikator ke 2 yaitu “*Smartphone* merek Samsung memiliki harga yang terjangkau”. Perusahaan untuk dapat senantiasa menyesuaikan kualitas dan harga yang ditawarkan.

Pada variabel persepsi, indikator yang paling banyak berpengaruh adalah indikator ke 2 yaitu “*Smartphone* merek Samsung mempunyai jenis yang beragam” dan indikator yang paling sedikit berpengaruh adalah indikator ke 3 yaitu “Saya merasakan adanya prestise jika membeli *smartphone* merek Samsung”. Terhadap variabel persepsi, diharapkan kepada peneliti yang selanjutnya untuk dapat melakukan pengujian kembali terhadap variabel persepsi tersebut agar hasil yang didapatkan akurat.

Pada variabel Sikap, indikator yang paling banyak berpengaruh adalah indikator ke 6 yaitu “*Smartphone* merek Samsung memiliki inovasi dari segi spesifikasi yang terus berkembang” dan indikator yang paling sedikit berpengaruh adalah indikator ke 1 yaitu “Saya mempunyai kepercayaan terhadap *smartphone* merek Samsung”. Perusahaan untuk dapat senantiasa menjaga kepercayaan dari konsumen terhadap *smartphone* Samsung. Tidak mengurangi kualitas produk dapat menjaga kepercayaan dari konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini masih ada beberapa keterbatasan. Keterbatasan tersebut adalah variabel-variabel yang ada pada penelitian ini masih terbatas dan cakupan geografis yang

belum terlalu luas untuk mendapatkan hasil yang lebih umum pada faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

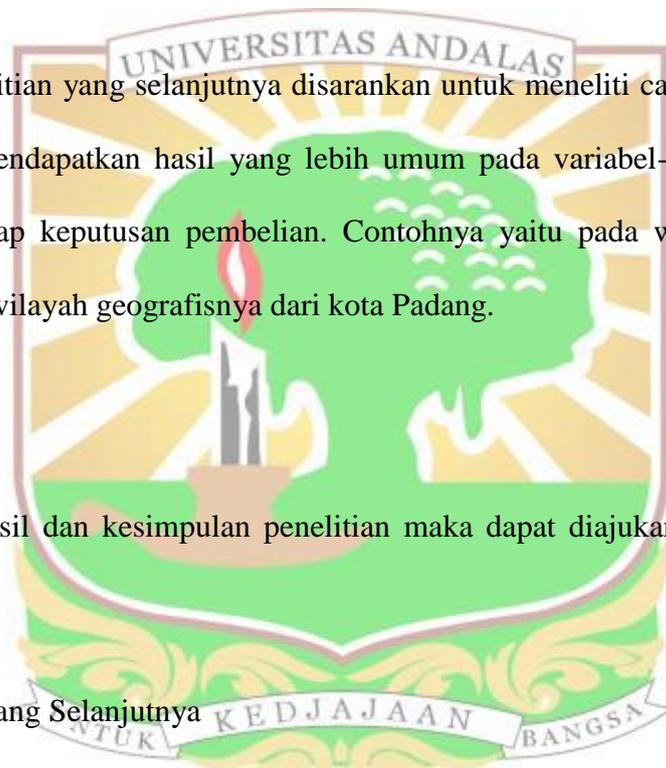
Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut pada variabel-variabel selain dari motivasi, persepsi dan sikap konsumen yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung. Penelitian ini belum memasukkan variabel-variabel selain dari motivasi, persepsi dan sikap yang berpengaruh untuk menyempurnakan hasil pada penelitian ini seperti variabel *word of mouth*, *promotion*, *group reference* dan lain-lain.

Untuk penelitian yang selanjutnya disarankan untuk meneliti cakupan geografis yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang lebih umum pada variabel-variabel yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Contohnya yaitu pada wilayah Sumbar yang lebih luas cakupan wilayah geografisnya dari kota Padang.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti yang Selanjutnya
 - a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut pada variabel-variabel selain dari motivasi, persepsi dan sikap konsumen yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung. Penelitian ini belum memasukkan variabel-variabel selain dari motivasi, persepsi dan sikap yang berpengaruh untuk menyempurnakan hasil pada penelitian ini seperti variabel *word of mouth*, *promotion*, *group reference* dan lain-lain.
 - b. Untuk penelitian yang selanjutnya disarankan untuk meneliti cakupan geografis yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang lebih umum pada variabel-variabel yang



diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Contohnya yaitu pada wilayah Sumbar yang lebih luas cakupan wilayah geografisnya dari kota Padang.

2. Bagi Perusahaan

- a. Samsung diharapkan untuk mampu mempertahankan kualitas yang baik dari produk. Mempertahankan kualitas yang baik seperti tidak adanya lagi *crash* aplikasi dan baterai yang cepat mati dapat meningkatkan penjualan dari produk.
- b. Samsung diharapkan untuk memperhatikan faktor harga dari produk. Kesesuaian antara harga dengan kualitas dapat mendorong konsumen untuk membeli produk.

