

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan “Determinan yang mempengaruhi keputusan membeli Samsung Galaxy Smartphone” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Samsung galaxy smartphone dimana indikator yang paling lemah yaitu kehandalan dengan nilai outer loadings 0,507 dan daya tahan dibawah 0,5.
2. Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Samsung galaxy *smartphone*, dimana indikator yang mendominasi yaitu kemampuan finansial dengan hasil outer loadings yaitu 0,979.
3. Marketplace berpengaruh terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian Samsung galaxy smartphone dimana indikator yang mendominasi yaitu kualitas layanan dengan hasil outer loadings yaitu 0,972.
4. Duta merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian Samsung galaxy smartphone dimana indikator yang mendominasi yaitu power dengan hasil outer loadings yaitu 0,957.
5. Kualitas produk, Persepsi harga, Marketplace dan Duta merek secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran bagi perusahaan Samsung Galaxy maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan Samsung Galaxy

Untuk Pihak Samsung Galaxy agar meningkatkan Kualitas produk terutama memperbaiki daya tahan dan juga kehandalan dari Samsung smartphone dan

tidak hanya gencar dalam melakukan promosi akan tetapi Samsung smartphone juga diharapkan untuk mempertimbangkan mengenai harga yang lebih sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan kepada konsumen sehingga Samsung akan tetap diminati oleh banyak orang.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggali lebih jauh dengan bagaimana pemanfaatan tentang kondisi ini dan dikaitkan dengan kajian yang lebih dalam tentang plan behavior yang menghasilkan action riset dari pengambilan keputusan pembelian konsumen.