

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik merek suatu produk, semakin meningkat keputusan pembelian konsumen terhadap merek produk.
2. Variabel desain berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin buruk desain suatu produk, semakin menurun keputusan pembelian konsumen terhadap merek produk.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik kualitas produk maka semakin meningkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan pada handphone Samsung sebagai berikut :

1. Hasil penelitian variabel merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga handphone merek Samsung mudah diingat dalam benak pelanggan karena cara pemasaran melalui iklan di televisi dan juga kredibilitas perusahaan yang terpercaya.
2. Hasil penelitian variabel desain tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arah negatif, sehingga perusahaan

Samsung harus selalu berinovasi pada produk handphone yang diproduksi sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.

3. Hasil penelitian variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap handphone Samsung.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini hanya berjumlah tiga variable karena peneliti ingin mengetahui bagaimana konsumen memutuskan untuk membeli produk handphone Samsung.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 92 responden dan hanya dilakukan pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
3. Keterbatasan terkait komponen kajian pengukuran variabel.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain dari unsur *marketing mix* lainnya seperti: harga dan iklan (Assauri, 2013:118)
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel dan dilakukan di gerai Samsung.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah komponen kajian pengukuran variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Assuari, Sofyan. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofyan. 2013. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chan, Arianis. 2010. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung*. *Jurnal Administrasi Bisnis* (2010), Vol.6, No.1: hal 43 – 58. (ISSN: 0216 – 1249).
- Evelina, Nela, Handoyo Djoko Waloejo, Sari Listyorini. 2012. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen Telkomflexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)*. Semarang: Universitas Diponegoro, diunduh dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/1636>, pada 25/08/2018
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP Undip.
- Ghozali, Imam. 2009. *Ekonometrika. Teori, Konsep dan Aplikasi SPSS 17*. Semarang. BP Undip.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Miltivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang : BP Undip.
- <https://prelo.co.id/blog/segmentasi-pasar-internasional-produk-samsung/>, pada 15/10/2018 - 19:31
- <https://m.detik.com/inet/business/d-3698679/segmen-menengah-tumbuh-ponsel-menengah-samsung-ikut-subur/>, pada 21/10/2018 – 20:21
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT INDEKS
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martini, Tina. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*. Jurnal Penelitian, Vol. 9, No.1, Februari 2015.
- Mowen, John C. And Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen jilid II*. Jakarta: Erlangga.
- Ong, Ian Antonius dan Sugiharto, Sugiono. 2013. *Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vo. 1, No.2, (2013) 1-11.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. 2004. *Consumer behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I. (Edisi Keenam)*. Jakarta: Erlangga.
- Publica, Brahm Nehru Facta dan Arry Widodo. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Merek Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Stars (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Angkatan 2012-2015)*. Universitas Telkom, diunduh dari <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2104/1988>, pada 21/07/2018

- Riduwan. 2005. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sahetapy, Jeofer Pratama. 2013. *Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal 411 – 420, ISSN 2303 – 1174.
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Cetakan Kedua*. Jakarta: Predana Media Grup.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Banyumedia.
- SWA XXXIV No.09. 2018. *Inovasi Hebat Bisnis Melesat*.
- Swastha, Basu, dan Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern Edisi Keenam*. Yogyakarta: Liberty.
- Tengor, Gloria, dkk. 2016. *Pengaruh Merek, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE EBEN HAEZER Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi, diunduh dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/viewFile/13620/13206&ved, pada 23/06/2018>
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Trihendradi, Cornelius. 2005. *Step by Step SPSS 13 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi.

Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yudhi, Soewito. 2013. *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. Manado: Universitas Sam Ratulangi, diunduh dari <https://media.neliti.com/media/publications/>, pada 23/06/2018