

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian, dengan kata lain semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen terhadap *smartphone* OPPO di Madiun. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji t dimana t hitung  $(2,590) > t$  tabel  $(1,66088)$ .
2. Promosi berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian, dengan kata lain semakin sering dilakukan promosi, maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen terhadap *smartphone* OPPO di Madiun. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji t dimana t hitung  $(2,548) > t$  tabel  $(1,66088)$ .
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian, dengan kata lain semakin baik kualitas produk, maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen terhadap *smartphone* OPPO di Madiun. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji t dimana t hitung  $(3,868) > t$  tabel  $(1,66088)$ .

## B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, gaya hidup, promosi, dan kualitas produk, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka hal-hal yang perlu ditindaklanjuti adalah sebagai berikut:

### 1. Gaya hidup

Hasil penelitian menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO di Kota Madiun, maka untuk memenuhi gaya hidup konsumen yang suka selfi, *smartphone* OPPO dibekali dengan kamera yang mempunyai *pixel* yang besar, fitur-fitur yang memanjakan konsumen bermain game atau memutar film dan lagu-lagu yang didukung dengan baterai yang mempunyai daya tahan lama.

### 2. Promosi

Hasil penelitian menemukan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO di Kota Madiun, maka agar *smartphone* OPPO lebih dikenal konsumennya, hendaknya dilakukan kegiatan promosi yang lebih intensif, baik melalui penjualan personal, iklan, promosi penjualan. dan penjualan langsung.

### 3. Kualitas produk

Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO di Kota Madiun, maka untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk *smartphone* OPPO agar *smartphone* OPPO menjadi pilihan utama konsumen, harus dioptimalkan divisi penelitian dan pengembangan serta umpan balik dari

konsumen sebagai masukan untuk memperbaiki kualitas *smartphone* OPPO.

### C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini meliputi: jumlah variabel bebas, penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel bebas yaitu gaya hidup, promosi, dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan masih ada beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti citra merek, pengaruh komunitas dan harga. Dengan banyaknya variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yang diuji, maka akan semakin mendekati kebenaran dalam kesimpulannya sehingga dapat diterapkan pada produk lain.

### D. Saran

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini, adalah:

1. Bagi Maju Hardware, hasil penelitian ini semoga dapat menambah wawasan untuk meningkatkan penjualan OPPO dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti promosi, gaya hidup, dan kualitas produk. Seperti wiraniaga harus dapat meyakinkan konsumen tentang kualitas *smartphone* OPPO dan mengadakan pameran tentang produk terbaru *smartphone* OPPO.
2. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, variabel gaya hidup, promosi dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 54,2%,

sedangkan 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain, sehingga bagi penelitian selanjutnya bisa menambah variabel lain misalnya: citra merek, pengaruh komunitas, dan harga. Dengan menambah variabel bebas dan jumlah responden, maka kesimpulannya akan semakin mendekati kebenaran/kenyataan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Research For Beginner: Panduan Praktis Riset Pemasaran Bagi Pemula*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fazriach, I. 2011. Profil Konsumen Produk Tolak Angin dari PT. Sido Muncul Berdasarkan Segmentasi Psikografis. Program Pascasarjana Fakultas Psikologi. Universitas Bina Nusantara. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 19 Edisi Kelima*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Testis?* Edisi Ketiga. Erlangga: Jakarta.
- Mandey, Silvia L. 2009. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Analisis*. Vol 6 NO. 1-100.
- Nata, Jiwangga Hadi dan Sukaris. 2018. Pengaruh Aktifitas Browsing, Flow, dan Kepercayaan Online Terhadap Niat Pembelian Barang-Barang Baru di Instagram (Studi Pada Follower Akun Instagram Kategori Produk Fashion, Gadget, dan Kuliner di Surabaya). *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Vol. 2 No. 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
- Nugroho, B.A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Pratama, Aviyanto. 2015. Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Santoso dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Exel dan SPSS*. ANDI : Yogyakarta.
- Sazli, Rahmat. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Group Gramedia.
- Setiadi, J., Nugroho. 2010. *Perilaku konsumen*. Edisi Revisi, Penerbit Prenada Media Grup, Jakarta
- Sugiyono dan Eri Wibowo. 2004. *Statistika untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10. O for Windows*. Cetakan Keempat. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif & RD*. Bandung:Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi I. Yogyakarta:Andi
- Utama, Reza Irsan. 2011. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPad di Kota Pekanbaru. <http://www.scribd.com/doc/79337617/Seminar-Proposal-Reza>
- Windusara, Dewa Bagus Nugraha dan A.A. Gd Agung Artha Kusuma. 2015. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *Skripsi*. Universitas Udayana. Bali.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks. <http://www.mandalamaya.com/sejarah-perusahaan-handphone-oppo/> (2 Mei 2017 20:10)
- [www.oppo.com](http://www.oppo.com) (18 Juni 2017 21:15)