

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maupun pengolahan data dan analisis data yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap *smartphone android* merek Samsung dipengaruhi oleh faktor pribadi dan faktor psikologis, sedangkan faktor sosial tidak berpengaruh. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Veterinawati (2013) dan Maleke (2013), di mana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa faktor sosial, pribadi, dan psikologis secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar (10,371) lebih besar dari nilai F tabel (2,70). Maka dapat disimpulkan H_a diterima dan tolak H_o . Artinya bahwa secara serempak faktor sosial (X_1), faktor pribadi (X_2), dan faktor psikologis (X_3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Veterinawati (2013) dan Maleke (2013), di mana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa faktor sosial, pribadi, dan psikologis secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Alternatif strategi yang dapat dipilih adalah Strategi ST, yaitu menciptakan produk yang bernilai ekonomis sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat, khususnya kelas bawah. Strategi ST, yaitu setiap pembelian *smartphone* Samsung, konsumen mendapatkan kartu member yang berfungsi ganda sebagai kartu diskon untuk setiap pembelian berikutnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya terpaku pada satu objek amatan, hendaknya untuk penelitian lebih lanjut ruang lingkungnya tidak hanya terpaku pada satu objek amatan, melainkan lebih luas lagi.
2. Pembahasan pada tugas akhir ini belum sempurna, diharapkan untuk penelitian lebih lanjut dapat melakukan pembahasan lebih mendalam.
3. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat dibangun suatu strategi yang bertujuan meningkatkan atau mempertahankan level penjualan dari Samsung dengan memasukkan faktor-faktor tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisis, Azmi. 2012. *Fenomena-smart-phone-dan-sejarahnya*. Diakses 17 Desember 2013, dari <http://ourtechs.blogspot.com>
- Bambang. 2013. *Analyzing Worlds 14 Biggest Handset Makers Q2 2013*. Diakses 17 Desember 2013, dari <http://www.fiercewireless.com>
- Basri, Seta. 2012. *Uji Validitas & Reliabilitas Instrumen Penelitian dengan SPSS*. diakses 22 Januari 2014, dari <http://teorionline.net>
- Dasep. 2013. *Perkembangan Smartphone*. Diakses 17 Desember 2013, dari <http://www.infosagala.com>
- Djarwanto. 1984. *Pokok-Pokok Metode Riset Dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. LIBERTY YOGYAKARTA. Jl. Jayengprawira 21, 23 Yogyakarta 55112.
- Engel, James F. Et al. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam. Cetakan pertama. Binarupa Aksara Jakarta.
- Fery. 2012. *Mengenal sejarah dan seluk beluk os android*. Diakses 17 Desember 2013, dari <http://fery-dedi.blogspot.com>
- Fredereca, Bung Geofanny & Chairy. 2010. *Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry*. Diakses tanggal 13 Mei 2014, dari <http://jurnalmanajemen.unairs1manajemen.com>
- Ghozali. Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi II*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hendri. 2012. *Populasi dan Sampel*. Di akses 27 Januari 2014, dari <http://teorionline.wordpress.com>
- Koeshariatmo. 2014. *Tutorial Uji Validitas Butir Instrumen Penelitian*. Diakses 1 Juni 2014, dari <http://karyaguru.com>
- Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. 1995. *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Keenam*. Intermedia.
- Kotler, Philip. & Susanto, A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi pertama. Salemba Empat. Garnd Wijaya Center Blok D-7, Jl. Wijaya2, Jakarta12160.

- Kotler, Philip. Et al. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama, Andi Yogyakarta.
- Kusnadi. 2000. *Pengantar Manajemen Strategi*. Universitas Brawijaya Malang
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jl. Wijaya 2, Jakarta 12160.
- Mustafa, Hasan. 2000. *Teknik Sampling*. Di akses 27 Desember 2013, dari <http://home.unpar.ac.id>
- Maleke, Cindy Liffie. 2013. *Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Gemini Pada PT. Megamitra Makmur Sejahtera*. Diakses tanggal 17 Desember 2013, dari <http://ejournal.unsrat.ac.id>
- Mowen, John C. & Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima. Cetakan pertama. Erlangga. Jl. H. Baping Raya No. 100 Ciracas, Jakarta 13740.
- Nurhayat, Wiji. 2013. *Ini 6 Negara Konsumen Ponsel Tertinggi di Dunia, Indonesia Urutan Berapa?*. Diakses 18 Desember 2013, dari <http://finance.detik.com>
- Ningrum, Dwi Widya. 2012. *IDC: Android Masih Berjaya Hingga 4 Tahun Ke Depan*. Diakses 19 Desember 2013, dari <http://www.liputan6.com>
- Saputra. 2013. *Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia Di Sidoarjo*. Diakses tanggal 13 Mei 2014, dari <http://www.google.com>
- Setya, Yanto azie. 2012. *Cara Menentukan Jumlah Sampel dari Infinite Population*. Diakses tanggal 13 Maret 2014, dari <http://azieratea.blogspot.com>
- Schiffman, Leon. G & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. PT Indeks.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jl. Palmerah Selatan 24-24, Jakarta, 10270
- Subiyakto, Haryono. 1995. *Statistika (Inferen) untuk Bisnis*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPKN, Jl. Gagak Rimang No. 2, Balapan Yogyakarta 55222.

- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. ALFABETA. Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung.
- Suharyadi & Purwanto S.H. 2013. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jl. Raya Lenteng Agung No. 101, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12610.
- Supranto. 2004. *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi. Cetakan Pertama*. PT. RINEKA CIPTA. Jl. Jend. Sudirman Kav. 36-A, Blok-B No. 5 Jakarta 10210.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jl. Palmerah Selatan 24-26 Jakarta 10270.
- _____ 2001. *Strategic Management in Action*. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Veterinawati, Desi. 2013. *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Surabaya*. Diakses tanggal 17 Desember 2013, dari <http://www.scribd.com>
- Yusuf, Oik. 2013. *4 dari 5 Pengguna Android di Indonesia Pakai Samsung*. Diakses 14 Desember 2013, dari <http://tekno.kompas.com>