

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dengan memperhatikan hasil analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa harga produk *smartphone* samsung termasuk kategori murah. Hasil ini berdasarkan frekuensi relatif kumulatif responden sebesar 100%.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk *smartphone* samsung termasuk kategori baik. Hasil ini berdasarkan angka frekuensi kumulatif responden sebesar 100%.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai korelasi antara harga dengan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung sebesar 0,576 dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,005$ mempunyai makna bahwa hubungan antara harga dengan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung termasuk dalam kriteria kuat. Berdasarkan hasil analisis tersebut membuktikan bahwa harga sebagai acuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi menunjukkan hasil $Y = 13,790 + 0,561x$, yang berarti jika variabel harga naik satu satuan maka tingkat keputusan pembelian akan naik sebesar 0,561. Nilai R Square adalah 0,332, R Square dapat disebut juga dengan koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 33% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan 67% dipengaruhi

oleh faktor lain yang di bahas dalam penelitian ini, diantaranya: Merek, kualitas dan fasilitas.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Setelah dilakukan penelitian, terlihat bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel harga termasuk dalam kategori murah untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Maka disarankan bagi perusahaan untuk mempertahankan kualitasnya sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Mengingat variabel harga mempunyai pengaruh *Rsquare* sebesar 33% sedangkan sisanya 67% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang mempengaruhi harga terhadap keputusan pembelian yaitu *kualitas*, *merek* dan Fasilitas. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.