

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk iPhone pada mahasiswa Reguler B fakultas bisnis dan manajemen universitas Widyatama . Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden, rata-rata skor jawaban variabel harga diperoleh sebesar 40,57 atau 81,14%, dimana berdasarkan interpretasi skor berada pada tingkatan tinggi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga produk iPhone sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden, rata-rata skor jawaban variabel kualitas pelayanan 4,077 atau 81,54%, dimana berdasarkan interpretasi skor berada pada tingkatan sangat tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dari pihak iPhone sudah sangat baik.
3. Berdasarkan hasil tanggapan responden, rata-rata skor jawaban variabel keputusan pembelian 4,143 atau 82,87%, dimana berdasarkan interpretasi skor berada pada tingkatan sangat tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan pada variabel keputusan pembelian dinilai responden sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam membeli iPhone.
4. Berdasarkan hasil uji F, didapat nilai F_{hitung} sebesar 33,000 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Berdasarkan analisis secara parsial terhadap variabel Harga (X1) diperoleh nilai *p-value* 0,000 dengan taraf nyata sebesar 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).
6. Berdasarkan analisis secara parsial terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai *p-value* 0,019 dengan taraf nyata sebesar 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

5.2 Saran

Setelah menguraikan kesimpulan, maka penulis mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi manajemen dan diharapkan dapat bermanfaat untuk masa sekarang maupun untuk masa yang akan datang. Adapun saran tersebut adalah:

1. Untuk menarik konsumen selama proses keputusan pembelian hingga akhirnya mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut, pihak iPhone perlu menetapkan harga yang terjangkau oleh kemampuan konsumen.
2. Untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk iPhone pemilik perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen serta lebih informatif dalam memberikan penjelasan produk terhadap konsumen.
3. Perusahaan perlu meningkatkan strategi promosi untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian berulang terhadap produk iPhone.
4. Disarankan untuk penelitian selanjutnya yang akan menggunakan produk iPhone sebagai objek penelitian, dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel yang tidak ada dari penelitian ini. Variabel yang disarankan adalah gaya hidup dan kualitas produk.