

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan rekapitulasi tanggapan responden terhadap Merek, Kualitas Produk, Promosi serta Keputusan Pembelian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

6.1 Kesimpulan

Setelah menguraikan pembahasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu variabel bebas (Merek, Kualitas Produk, Promosi) serta Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru (variabel terikat), berdasarkan pada hasil rekapitulasi tanggapan responden maka, konsumen memiliki Keputusan Pembelian yang baik terhadap Smartphone Samsung. Hal ini dikarenakan konsumen masing menganggap Merek Smartphone Samsung yang dominan di pakai konsumen dibandingkan Merek Smartphone lainnya.
2. Merek dapat diketahui responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 129 tanggapan, dengan persentase 25,8%, responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 239 tanggapan, dengan persentase 47,5%, responden yang menyatakan netral yaitu sebanyak 120 tanggapan dengan persentase 24%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 tanggapan dengan persentase 10%, dan responden yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyatakan sangat tidak setuju yaitu sebanyak 2 tanggapan dengan persentase 0,4%.

3. Kualitas Produk dapat diketahui responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 201 tanggapan, dengan persentase 40,2%, responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 251 tanggapan, dengan persentase 50,2%, responden yang menyatakan netral yaitu sebanyak 33 tanggapan dengan persentase 6,6%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 tanggapan dengan persentase 0,8%, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1 tanggapan dengan persentase 0,2%.
4. Promosi dapat diketahui responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 97 tanggapan, dengan persentase 19,4%, responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 218 tanggapan, dengan persentase 43,6%, responden yang menyatakan netral yaitu sebanyak 157 tanggapan dengan persentase 31,4%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 24 tanggapan dengan persentase 4,8%, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju yaitu sebanyak 3 tanggapan dengan persentase 0,6%.
5. Keputusan Pembelian dapat diketahui responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 119 tanggapan, dengan persentase 23,8% responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 209 tanggapan, dengan persentase 41,8%, responden yang menyatakan netral yaitu sebanyak 116 tanggapan dengan persentase 23,2%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 tanggapan dengan persentase 1,6%, dan responden yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyatakan sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1 tanggapan dengan persentase 0,2%.

6. Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen (*Merek, Kualitas Produk dan Promosi*) terhadap variabel dependen (*keputusan pembelian*) secara serentak. Caranya adalah dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semua variabel bebas (*Merek, Kualitas Produk dan Promosi*) berpengaruh terhadap variabel terikat (*Keputusan Pembelian*). diketahui F_{hitung} sebesar 7.895 dengan signifikan 0,000. F_{tabel} dapat diperoleh dari F_{tabel} statistic sebesar 2,699. Dengan demikian diketahui $F_{hitung} (7.895) > F_{tabel} (2.699)$ dengan $Sig.(0,000) < 0,05$. Artinya adalah bahwa semua variabel bebas (*Merek, Kualitas Produk dan Promosi*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (*Keputusan pembelian*).
7. Berdasarkan uji t, maka diketahui nilai t tabel yang didapat dari perhitungan dengan nilai t yang ada pada tabel t dengan tingkat kesalahan sebesar 5% menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan derajat bebas (100-3) sebesar 96, maka nilai t-tabel didapat adalah 1,985. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$; Variabel independen (*Merek, Kualitas Produk dan Promosi*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (*Keputusan Pembelian*) dan bila $t_{hitung} > t_{tabel}$: Variabel independen (*Merek, Kualitas Produk dan Promosi*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (*Keputusan Pembelian*). Pada tabel 5.18 diatas maka dapat diketahui sebagai berikut :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Merek (X_1). Diketahui $t_{\text{hitung}} (1.999) > t_{\text{tabel}} (1985)$, artinya variabel Merek (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y).
 - b. Kualitas Produk (X_2). Diketahui $t_{\text{hitung}} (2.707) > t_{\text{tabel}} (1985)$, artinya variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y).
 - c. Promosi (X_3). Diketahui $t_{\text{hitung}} (2.325) > t_{\text{tabel}} (1985)$, artinya variabel Promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
8. Nilai R pada tabel diatas adalah sebesar 0,890 berarti hubungan antara variabel indenpenden (Merek, Kualitas Produk dan Promosi) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 89% yang artinya hubungan cukup kuat.
9. Nilai Adjusted R sebesar 0,792 yang artinya adalah sumbangan pengaruh variabel independen (Merek, Kualitas Produk dan Promosi) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) adalah sebesar 79,2% sedangkan sisanya sebesar 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain tidak masukkan dalam penelitian ini seperti Harga, Persepsi, Motivasi.

6.2 Saran.

Berdasarkan hasil penelitian dan rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel bebas (Merek, Kualitas Produk, dan Promosi) serta Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Toko Modelux Pekanbaru (variabel terikat) maka dapat disarankan kepada perusahaan beberapa hal berikut ini :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Variabel Keputusan pembelian, untuk memperbaiki keputusan pembelian oleh konsumen maka penulis menyarankan kepada produsen maupun kepada Toko Modelux Pekanbaru bisa melakukan inovasi dalam memasarkan produk di pasaran seperti dengan mengadakan event-event tertentu, mengadakan kuis hadiah, mengadakan undian hadiah, sehingga konsumen akan terus mencari Toko Modelux sebagai Toko untuk membeli Smartphone Samsung.
2. Merek merupakan salah satu pemicu Keputusan Pembelian dalam menggunakan Smartphone Samsung, oleh karena itu untuk memperbaiki Pandangan Konsumen terhadap Merek Samsung perusahaan haruslah memberikan merek yang baik dan mudah untuk diingat oleh konsumen dan memberikan fungsi merek sebagai pemberi informasi kepada konsumen dengan melengkapi setiap unsur merek tersebut, seperti Logo, Symbol, Gambar, dan lain-lain.
3. Kualitas Produk merupakan hal yang terpenting memicu Keputusan Pembelian dalam menggunakan Smartphone Samsung. Oleh karena itu Untuk memperbaiki Kualitas Produk maka hal yang harus dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan pelayanan purna jual terhadap konsumen, seperti jasa service gratis , mudah mendapatkan accesories, spartpart dan mudah menemukan tempat memperbaiki produk tersebut apabila rusak.
4. Promosi juga merupakan pemicu terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan Smartphone Samsung. Oleh karena itu perusahaan harus gencar dalam melakukan promosi kepada konsumen untuk mengenalkan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk tersebut. Untuk itu perusahaan haruslah membuka Stan atau ikut dalam pameran Smartphone guna memperkenalkan atau mempromosikan Smartphone tersebut kepada konsumen agar memudahkan konsumen mengetahui tentang Kualitas Produk yang ada di Smartphone Samsung.

5. Kepada peneliti yang akan datang, apabila ingin meneliti tentang Keputusan Pembelian tersebut agar bisa mencari Variabel lainnya, mencari daerah lain untuk diteliti. Dan mencari perusahaan yang berbeda dengan penelitian ini.