

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil olah data SPSS, penelitian promosi dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada gerai *Smartphone Cellular* di Kecamatan Cikupa dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung $>$ t tabel = $2,121 > 1,983$ dengan nilai signifikan $0.002 < 0.05$. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel promosi (X_1) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar $0.641/64,1\%$ (nilai *Standardized Coefficients Beta*).
2. Nilai t hitung $>$ t tabel = $5,747 > 1,983$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel harga (X_2) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). sebesar $0.931/93,1\%$ (nilai *Standardized Coefficients Beta*).
3. Nilai F hitung $>$ F tabel = $45,257 > 3,94$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel promosi (X_1) dan variabel harga (X_2) secara bersama (simultan) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sehingga dapat

dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* pada *model summary* = 0.905 (90,5%) sedangkan sisanya 9,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan proses analisa, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan dan distributor

- a. Disarankan memperhatikan dan meningkatkan promosi dengan inovasi-inovasi baru, seperti menggunakan artis sebagai *brand ambassador* serta mempertahankan harga jual yang sesuai dengan *bundling* yang diterima oleh Masyarakat secara luas.
- b. Disarankan kepada pemilik toko untuk meningkatkan Promosi contohnya menggunakan *Influencer* sebagai *Brand Ambassador* untuk melakukan promosi, sedangkan untuk Harga pemilik toko harus menentukan harga jual yang sesuai dikalangan masyarakat dan memberikan bonus seperti *voucher* pulsa, *headshet* gratis, dan lain-lain. .

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk mengubah dan mengembangkan variabel *independent* yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, objek penelitian dan subjek penelitian.