

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan sebagaimana tergambar pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai $t = 3.771$ dan $\text{sig } (p) = 0.000 < 0.05$. H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sangat signifikan dari iklan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Standardized Coefficients (Beta) sebesar 0.311 atau setara dengan 31.1%.
2. Nilai $t = 5.680$ dan $\text{sig } (p) = 0.000 < 0.05$. H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sangat signifikan dari kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Standardized Coefficients (Beta) sebesar 0.469 atau setara dengan 46.9%.
3. Nilai $F = 35.009$ dan $\text{sig } (p) = 0.000 < 0.05$. H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Jadi, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel iklan (X1), kualitas produk (X2) dan keputusan pembelian (Y). Adapun besar pengaruh variabel iklan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dilihat dari nilai Adjust R Square pada

model summary = 0.407 atau 40.7%. sedangkan sisa nya 59.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan harus selalu memperkenalkan produknya lewat media iklan agar banyak dikenal orang dan banyak diminati oleh para konsumen.
2. Kualitas produk yang ditawarkan harus sesuai dengan spesifikasi yang akan di berikan kepada para pembeli.
3. Untuk perusahaan agar lebih memperhatikan spesifikasi yang akan di jual dan di pasarkan agar lebih mendominan di pasar smartphone agar banyak yang membeli produk yang telah di pasarkan.