BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

1. Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Secara parsial fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
4. Secara simultan harga, promosi dan fitur produk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,591. Nilai ini berarti bahwa keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh harga, promosi dan fitur produk sebesar 59,1%. Sedangkan sisanya sebesar 40,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. SARAN

1. Disarankan agar smartphone memiliki fitur yang mudah digunakan oleh mahasiswa dengan harga yang terjangkau, sehingga keputusan pembelian akan lebih besar dampaknya.
2. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya memasukkan variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini