

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kesimpulan tersebut didukung hasil dari koefisien regresi pada variabel Kualitas Produk memiliki koefisien 2,400 yang bertanda positif dan nilai signifikan sebesar 0,024 yang lebih kecil dari 0,050, dengan kata lain, hipotesis pertama atau H1 diterima.
2. Variabel Pengalaman Pengguna (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kesimpulan tersebut didukung hasil dari koefisien regresi pada variabel desain produk memiliki koefisien 3,666 yang bertanda positif dan nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0.050, dengan kata lain, hipotesis kedua atau H2 diterima.
3. Variabel Harga (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian. Kesimpulan tersebut didukung hasil dari koefisien regresi pada variabel desain produk memiliki koefisien 2,306 yang bertanda positif dan nilai signifikan sebesar 0,029 yang lebih kecil dari 0.050, dengan kata lain, hipotesis kedua atau H3 diterima.
4. Variabel Kualitas Produk, Pengalaman Pengguna dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis pada uji anova memiliki koefisien F yang positif sebesar 60,121 dan

nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0.0500, dengan kata lain hipotesis ke tiga H4 diterima.

5. Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi Adjusted (R^2) sebesar 0,859 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk, Pengalaman Pengguna dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,859 atau 85,9% sedangkan sisanya 15,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan (Apple dan Distributor iPhone)

Perusahaan diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk smartphone iPhone, baik dari sisi performa, daya tahan, desain, maupun pembaruan sistem operasi. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan pengalaman pengguna secara menyeluruh, seperti kemudahan penggunaan, kenyamanan antarmuka, serta dukungan layanan purna jual. Penetapan harga diharapkan tetap disesuaikan dengan kualitas dan manfaat yang diterima konsumen, khususnya bagi segmen mahasiswa agar tetap kompetitif dan terjangkau.

2. Bagi Konsumen (Mahasiswa)

Mahasiswa sebagai konsumen diharapkan dapat lebih cermat dan rasional dalam mengambil keputusan pembelian smartphone dengan mempertimbangkan kualitas produk, pengalaman penggunaan, serta

kesesuaian harga dengan kebutuhan dan kemampuan finansial. Dengan pertimbangan yang matang, konsumen dapat memperoleh manfaat maksimal dari produk yang dibeli dan menghindari pembelian yang bersifat impulsif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti citra merek, promosi, gaya hidup, atau loyalitas merek. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada merek smartphone lain atau menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau mixed methods, guna memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.