

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai t hitung untuk Ekuitas Merek adalah sebesar 4,116, t tabel 1,966 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
2. Nilai t hitung untuk promosi adalah sebesar 2,866, t tabel 1,966 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,021 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
3. Nilai t hitung untuk Harga adalah sebesar 2,285, t tabel 2,004 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,030 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
4. Nilai t hitung untuk komunikasi pemasaran terpadu adalah sebesar 2,899, t tabel 2,004 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,017 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Komunikasi pemasaran terpadu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

5. Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=96-1-4=91$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 4 pada baris ke 91 yaitu 2,12, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung 46,872 > 2,12, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent

B. Saran

1. Bagi Techno Ponsel

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan kepada pihak Techno Ponsel dalam menyusun dan mengambil keputusan terkait dengan variabel yang diteliti.

2. Bagi Seluruh Karyawan

Penelitian ini di harapkan mampu menjadi pendorong untuk selalu berusaha meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebarakan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan karakteristik dari responden, dan sebisa mungkin mencegah responden menjawab secara sembarangan