

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada uraian bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Penelitian yang dilakukan dengan judul pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Oppo *Smartphone* pada T Cell Madiun didapatkan hasil :
 - a. Kualitas produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oppo *Smartphone* pada T Cell Madiun.
 - b. Harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oppo *Smartphone* pada T Cell Madiun.
 - c. Promosi berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oppo *Smartphone* pada T Cell Madiun.
2. Variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari kualitas produk, harga dan promosi mempengaruhi sebesar 72,4% terhadap keputusan pembelian produk Oppo *Smartphone* pada T Cell Madiun, sedangkan sisanya 27,6% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

B. Keterbatasan

1. Variabel yang diteliti berupa produk, harga dan promosi sedangkan masih ada variable *marketing mix* lain yang belum diteliti yaitu strategi *place*.
2. Lokasi penelitian hanya pada satu lokasi yaitu T-Cell Madiun, sementara di Madiun banyak Counter yang menjual produk Oppo.

C. Saran

Saran-saran yang direkomendasikan agar hasil riset yang akan datang dapat semakin mengembangkan hasil penelitian selanjutnya, sebagai berikut :

1. Penambahan variabel marketing mix lainnya yaitu *strategi place* , ataupun aspek lain dari produk seperti *image produk*.
2. Perluasan wilayah penelitian tidak hanya pada pembeli pada satu counter ponsel Oppo dimana penyebaran kuesioner dapat meliputi counter-counter produk lain yang menjual Oppo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. 2015. *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Amstrong, Gery & Philip Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran Jasa*. Jilid, Alih Bahasa Alexander Sindiro dan Benyamin Molan. Jakarta: penerbit Prenhalindo.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2003. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Setiadi, J. Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media. Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Alma, Buchari. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 7th.ed. Bandung: Alfabeta
- Amrullah, Artika Romal dan Sasi Agustin. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol 5 Th.2016 hal. 16.
- _____. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong dan Kotler. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Intermedia.
- Arumsari, Dheany. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk). Merek Aqua. Universitas Diponegoro, 2012.
- Azwar, Saifuddin. 2003. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Ghanimata, Fifyanita 2012. “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembelian Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang)*”. Skripsi Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

- Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP Semarang.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- J. Setiadi, Nugroho, S.E., M.M., .2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana. Jilid satu. Erlangga : Jakarta.
- Joseph P. Paul & Gordon W. 1992. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1995. *Marketing jilid II*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13
- Muhson, Ali. 2015. *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*. Yogyakarta: FE UNY.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* . Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*, Jilid 2. PT. Prenhallindo, Jakarta
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuanita, Brenda. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 201

<https://www.liputan6.com/teknoread/3087296/10-smartphone-terlaris-di-dunia-pada-2017>.