

BAB 5

SIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada *Smartphone* Oppo di Kampus Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun. Dari hasil uji analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diberikan kesimpulan antara lain:

- a. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada Mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun. Artinya Oppo memiliki kualitas produk yang tinggi sehingga semakin mempengaruhi tingginya keputusan pembelian Mahasiswa.
- b. Variabel harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada Mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun. Artinya semakin baik atau terjangkau harganya maka akan semakin mempengaruhi tingginya keputusan pembelian Mahasiswa.
- c. Nilai R^2 yang diperoleh sebesar 74,6% yang artinya sisanya 25,4% dijelaskan variabel independen lain diluar penelitian ini.

5.2 Keterbatasan dan Saran

a. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan di lingkup mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun sehingga hasil ini tidak bisa digunakan untuk menjelaskan keputusan pembelian *smartphone* Oppo di tempat lain.

b. Saran

- 1) Penelitian selanjutnya dapat mengambil ruang lingkup yang lebih luas misal seluruh kampus di kota Madiun.

- 2) Penelitian selanjutnya menambahkan variabel-variabel lain selain kualitas produk dan harga, sehingga dapat meningkatkan pengaruh pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Dewi (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorrser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(4), 409-423
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Fadhilah (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal ilmu dan Riset Manajemen*, 7, 2461-0593
- Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- Handoko. 2013. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, (Edisi 3). Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana
- Kolter (1997:49). *Prinsip – prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Dasar – dasar pemasaran*. Jilid 1 edisi ke 6 Jakarta: PT. Indeks

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi Global Edisi Keenam Belas. Inggris. Pearson Education Limited
- Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran*, New York: Mc Graw Hill
- Prambudi (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Manajemen*, 14, p153-168
- Sciffman dan Kanuk 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Swastha. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE