

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **1.1 SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

- 1) Hasil penelitian variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai signifikan dengan nilai thitung sebesar 4,217 dan nilai ketentuan ttabel sebesar 2,100 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh signifikan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 FKIP Universitas Jambi
- 2) Hasil penelitian variabel Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai signifikan dengan nilai thitung sebesar 5,383 dan nilai ketentuan ttabel sebesar 2,013 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 FKIP Universitas Jambi
- 3) Hasil penelitian variable persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan diperoleh nilai Fhitung sebesar 107,148 sedangkan nilai ketentuan Ftabel sebesar 3,55 dengan demikian  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan secara simultan ada pengaruh signifikan Keputusan Pembelian Laptop ASUS Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 FKIP Universitas Jambi.
- 4) Berdasarkan nilai hasil pengujian regresi koefisien determinasi model summary dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,923. Hal ini memiliki arti bahwa 92,3% ariable Keputusan Pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) sedangkan sisanya 7,7% dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

## **1.2 IMPLIKASI**

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikatakan bahwa persepsi harga dan kualitas produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Laptop ASUS Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 FKIP Universitas Jambi maka implikasi penelitian ini adalah tingginya persepsi harga akan menurunkan minat keputusan pembelian atau sebaliknya semakin rendah persepsi harga yang ditawarkan akan meningkatkan minat keputusan pembelian laptop asus. Lain halnya dengan kualitas produk, semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan maka akan semakin tinggi pula minat keputusan pembelian terhadap laptop merk Asus oleh mahasiswa. Dengan berkembangnya teknologi industri semakin berinovasi laptop Asus dan semakin bersaing harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat penjualan produk laptop Asus yang dibarengi dengan meratanya kepemilikan teknologi laptop yang sangat bermanfaat bagi produktivitas mahasiswa ini.

## **1.3 SARAN**

- 1). Dalam hal persepsi harga perusahaan harus mampu menyesuaikan harga baik dalam keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk terhadap barang dan jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen. Karena persepsi harga berpengaruh sangat penting dalam setiap kegiatan pemasaran, untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.
- 2). Kualitas produk yaitu kehandalan dan daya tahan terhadap produk Laptop Asus menjadi perhatian yang serius bagi perusahaan. Perusahaan seharusnya mampu meningkatkan keunggulan pada kualitas produk dan tentunya terus berinovasi dalam menciptakan kualitas yang bermutu baik agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang lebih tinggi dan memiliki potensi yang besar untuk menciptakan keunggulan bersaing.
- 3). Bagi peneliti selanjutnya, penulis mengharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penyusunan tugas akhir dan tentunya dapat meneliti variabel lainnya yang belum diteliti oleh peneliti agar mengetahui permasalahan lain yang terjadi terhadap keputusan pembelian pada Laptop Asus.