

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Setelah dibahas secara mendalam, simpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) adalah sebagai berikut:

1. Variabel Produk, Harga, Tempat, dan Promosi berpengaruh bersama-sama positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
2. Variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
3. Variabel Harga positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
4. Variabel Tempat positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa di

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

5. Variabel Promosi positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti meyakini dalam penelitian ini masih ada beberapa kelemahan dan kekurangan. Disampaikan melalui keterbatasan penelitian berikut ini:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi sebagai variabel independen, oleh karena itu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan berbagai variabel lainnya yang juga dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian sebuah produk
2. Sampel atau responden yang terdapat pada penelitian ini terbatas pada ruang lingkup di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja, jadi dalam penelitian ini belum bisa mewakili seluruh konsumen *smartphone Samsung*, karena pemakai *smartphone Samsung* tidak hanya berada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja.

C. Saran

Berdasarkan dari simpulan dan keterbatasan penelitian. Maka saran-saran yang akan diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti, perilaku konsumen, kualitas pelayanan, dan faktor kepribadian.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian, karena dalam penelitian ini sampel atau responden yang digunakan terbatas hanya di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan mengganti atau menambahkan variabel independen menjadi persepsi konsumen.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan objek penelitian *smartphone Samsung* dengan tipe-tipe tertentu saja.
5. Meningkatkan strategi bauran pemasaran sehingga kedepannya bisa berada di posisi sangat baik dimata konsumen, sehingga konsumen tidak kecewa.
6. Meningkatkan kualitas produk dan atribut produk sehingga produk dapat bertahan lama dan lebih menarik lagi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Serta, meningkatkan kenyamanan pada tempat pembelian sebuah produk *smartphone Samsung*.
7. Meningkatkan informasi mengenai harga. Memberikan informasi mengenai harga produk dari mulai yang terendah hingga tertinggi. Mengingat konsumen yang berada pada segmen menengah kebawah

yang sangat sensitif mengenai harga, agar bisa mempertimbangkan dengan harga yang ditawarkan.

8. *Smartphone Samsung* lebih sering lagi melakukan kegiatan promosi dan meningkatkan informasi mengenai promosi penjualan produk seperti pameran *smartphone Samsung* agar konsumen lebih tertarik.
9. Bagi masyarakat sebaiknya pertimbangkan baik-baik sebelum membeli sebuah produk *smartphone Samsung*, agar tidak kecewa jika produk tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan.