

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada handphone apple dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1). Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone apple. Hasil ini mendukung hipotesis pertama yang telah dirumuskan oleh penulis. Semakin bagus kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas produk yang bagus yaitu meliputi desain produk, kecanggihan, ketahanan produk sesuai dengan harapan pelanggan seperti yang diberikan oleh handphone apple.
- 2). Persepsi harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone apple. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil ini tidak mendukung hipotesis kedua yang telah dirumuskan oleh penulis.
- 3). Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone apple. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga yang telah dirumuskan oleh penulis. Semakin menarik promosi yang diberikan oleh perusahaan maka dapat meningkatkan keputusan pembelian pada suatu produk.

- 4). distribusi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone apple. Hasil ini mendukung hipotesis keempat yang telah dirumuskan oleh penulis. Semakin baik saluran distribusi yang diberikan oleh perusahaan maka semakin mudah konsumen mendapatkan produk, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

B. Saran

a. Saran Akademis

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat untuk mengganti dan menambahkan variabel serta memodifikasi model penelitian yang dapat mempengaruhi *handphone* Apple dan meneliti fenomena *handphone* Apple serta kelebihan selfie pada kamera *handphone* Apple.

b. Saran Praktis

Untuk Perusahaan Apple, hasil dari penelitian ini dapat menginformasikan pesaing produk yang ada sangatlah banyak yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari produk Apple. Maka dari itu, Perusahaan Apple haruslah menjaga pelanggan agar terus percaya untuk selalu melakukan keputusan akhir membeli produk Apple dan berkomitmen menjadi pelanggan yang setia.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

- a) Sampel atau responden pada penelitian ini terbatas pada ruang lingkup Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sehingga belum dapat

mewakili seluruh konsumen yang mempunyai handphone apple di kota lainnya.

Penelitian ini belum menggunakan semua faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *handphone* Apple