

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Realme Smartphone*, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t sebesar $2,114 > 1,66071$ dengan signifikansi $0,037 < 0,05$, maka H_1 diterima.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t sebesar $7,775 > 1,66071$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima.

5.2 Saran

Berikut adalah saran bagi *Realme Smartphone* :

1. Pemberian promosi pada suatu produk menjadi satu hal yang harus diperhatikan oleh setiap *brand*. *Realme Smartphone* harus membuat strategi promosi lain seperti pemberian *product knowledge* lebih rinci kepada SPG dan SPB mereka. Karena dengan mereka menjabarkan produk mereka secara rinci, maka konsumen pun nantinya akan merasa tertarik untuk ingin lebih dalam mengenai *Realme smartphone*
2. Setiap konsumen pastinya menginginkan produk yang berkualitas untuk mereka gunakan, terutama untuk *handphone* sebagai *daily driver* mereka dalam beraktivitas. Maka dari itu, *Realme Smartphone* harus memperbaiki dari segi kualitas barang yang mereka produksi seperti menggunakan *processor* yang terbaru atau *up-to-date*, agar konsumen lebih berminat untuk membeli produk *Realme Smartphone*.

3. Strategi promosi harus dibuat lebih menarik untuk memengaruhi psikis pelanggan agar tertarik dan memutuskan untuk membeli produk Realme *Smartphone* dibandingkan dengan yang lainnya.
4. Untuk peneliti selanjutnya, berdasarkan pada hasil Koefisien Determinasi sebesar 41,1% dan sisanya 58,9, peneliti selanjutnya bisa mencari alternatif judul untuk penelitian selanjutnya, agar penelitian bisa lebih relevan dengan hasil penelitiannya.