

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan hasil uji hipotesis dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for the Social*) versi 25, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Realme di Kota Bekasi maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Berdasarkan hasil Uji t, variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,045 > 1,660$) dan nilai sig $0,003 < 0,05$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2 Berdasarkan hasil Uji t, variabel *word of mouth* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,252 > 1,660$) dan nilai sig $0,027 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti bahwa *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 3 Berdasarkan hasil uji F, variabel kualitas produk (X_1) dan *word of mouth* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($9,240 > 3,09$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel kualitas produk dan *wod of mouth* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan, ada beberapa saran yang penulis buat penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk Perusahaan

- a. Dari hasil kuesioner diketahui bahwa pada variabel kualitas produk terdapat indikator “keistimewaan” memiliki skor rendah sebesar 3,63 dengan pernyataan “*smartphone* Realme memiliki tampilan desain yang elegan sesuai dengan apa yang diinginkan”. Hal ini mengartikan *smartphone* Realme masih kurang baik dalam menampilkan desain yang elegan sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk meningkatkan desain produk dari *smartphone* Realme seperti memberikan desain yang menarik bagi konsumen supaya konsumen tertarik dan bisa meningkatkan keputusan pembelian.
- b. Dari hasil kuesioner diketahui bahwa pada variabel *word of mouth* terdapat indikator “membicarakan” memiliki skor rendah sebesar 3,41 dengan pernyataan “saya sering mendengar teman/keluarga yang menceritakan kepuasannya setelah menggunakan *smartphone* Realme”. Hal ini mengartikan konsumen sering mendengar teman/keluarga yang menceritakan ketidakpuasan menggunakan *smartphone* realme. Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk meningkatkan produk *smartphone* Realme supaya memiliki pandangan yang positif dibenak konsumen, agar bisa berdampak pada peningkatan keputusan pembelian dari konsumen itu sendiri.
- c. Dari hasil kuesioner diketahui bahwa variabel keputusan pembelian terdapat indikator “perilaku pasca pembelian” memiliki skor rendah sebesar 3,22 dengan pernyataan “saya merasa puas terhadap produk *smartphone* Realme, sehingga ada keinginan untuk membeli kembali dilain waktu”. Hal ini mengartikan konsumen kurang puas terhadap *smartphone* Realme sehingga ada keinginan konsumen untuk beralih ke

smartphone lain. Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk selalu meningkatkan kualitas produknya seperti meng-upgrade dalam segala aspek untuk menarik konsumen maupun yang sudah menjadi pelanggan, hal tersebut bertujuan agar konsumen tidak berpaling dan tetap menggunakan *smartphone* Realme.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya, perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian dengan sampel dan populasi yang lebih besar. Pengkajian ini diharapkan dapat menemukan hasil temuan baru yang dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.