

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijabarkan, maka bisa ditarik kesimpulan:

1. *Content creation* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Berdasarkan perhitungan *output canonical weight and canonical loading* yang menggambarkan penyajian hasil dari nilai signifikansi korelasi kanonikal. Hasil pengujian dengan menggunakan *software* SPSS v.25 membuktikan kalau *content creation* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Nilai korelasi kanonikal pengaruh dari X1 terhadap Y1 dan Y2 yang mana memiliki nilai *canonical weight* sebesar -0,09680 dan *canonical loading* sebesar -0,17149. Nilai tersebut lebih sedikit dan tidak sesuai dengan kriteria nilai korelasi kanonikal yang seharusnya ($\geq 0,5$) untuk syarat signifikan. Maka hasil ini menggambarkan kalau *content creation* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen masyarakat kota Kudus.
2. *Content sharing* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Berdasarkan perhitungan *output canonical weight and canonical loading* yang menggambarkan penyajian hasil dari nilai signifikansi korelasi kanonikal. Hasil pengujian dengan menggunakan *software* SPSS 25, membuktikan kalau *content sharing* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Nilai korelasi kanonikal pengaruh dari X2 terhadap Y1 dan Y2 yang mana memiliki nilai *canonical weight* sebesar 0,60603 dan *canonical loading* sebesar 0,90329. Nilai tersebut lebih besar dan sesuai dengan kriteria nilai korelasi kanonikal yaitu ($\geq 0,5$) untuk syarat signifikan. Maka hasil ini membuktikan kalau *content*

- sharing* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen masyarakat kota Kudus.
3. *Connecting* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Berdasarkan perhitungan *output canonical weight and canonical loading* yang menggambarkan penyajian hasil dari nilai signifikansi korelasi kanonikal. Hasil pengujian dengan menggunakan *software* SPSS 25 membuktikan kalau *connecting* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Nilai korelasi kanonikal pengaruh dari X3 terhadap Y1 dan Y2 yang mana memiliki nilai *canonical weight* sebesar 0,59588 dan *canonical loading* sebesar 0,86247. Nilai tersebut lebih besar dan sesuai dengan kriteria nilai korelasi kanonikal yaitu ($\geq 0,5$) untuk syarat signifikan. Maka hasil ini membuktikan kalau *connecting* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen masyarakat kota Kudus.
 4. *Community building* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Berdasarkan perhitungan *output canonical weight and canonical loading* yang menggambarkan penyajian hasil dari nilai signifikansi korelasi kanonikal. Hasil pengujian dengan menggunakan *software* SPSS v25 membuktikan jika *community building* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen handphone Samsung masyarakat kota Kudus. Nilai korelasi kanonikal pengaruh dari X1 terhadap Y1 dan Y2 yang mana memiliki nilai *canonical weight* sebesar -0,03412 dan *canonical loading* sebesar -0,24341. Nilai tersebut lebih sedikit dan tidak sesuai dengan kriteria nilai korelasi kanonikal yang seharusnya ($\geq 0,5$) untuk syarat signifikan. Maka hasil ini membuktikan kalau *community building* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen masyarakat kota Kudus.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan, berikut adalah beberapa saran yang bisa penulis sampaikan untuk penelitian selanjutnya:

1. Bagi perusahaan Samsung, berdasarkan keempat variabel bebas yang disebutkan dalam penelitian ini, yaitu *content creation* (X1), *content sharing* (X2), *connecting* (X3), dan *community building* (X4), keempatnya merupakan aspek yang perlu disoroti oleh perusahaan karena mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y1) dan kepuasan konsumen (Y2). Mengingat perusahaan handphone sekarang banyak sekali. Apalagi sekarang banyak perusahaan-perusahaan (*brand*) baru dan lebih memperhatikan dalam promosi produk dalam segala aspek pemasaran agar dapat meningkatkan Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.
2. Bagi penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan referensi penelitian yang mendukung topik yang diteliti dan untuk peneliti yang melakukan penelitian dengan judul yang sama diharapkan untuk menyempurnakan penelitian seperti menambah variabel, menambah jumlah responden dan metode yang digunakan, mengingat banyaknya kekurangan dalam penelitian ini.

C. Penutup

Demikian akhir dari tulisan ini dan tidak lupa dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesabaran, taufik dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari kalau skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun penulis sudah berusaha dengan maksimal. Hal ini dikarenakan tidak banyaknya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran demi kesempurnaan dalam skripsi ini.