

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dijalankan guna mengetahui adanya pengaruh Periklanan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Merek Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada handphone merek samsung di tanama cell kelet jepara. Hal ini telah di buktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,928 > 1,988$ dan nilai signifikansi pada variabel Periklanan sebesar $0,004 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang pernah di teliti oleh Femi Andriani dengan judulnya “Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TokoPedia (Studi Kasus Pada Pelanggan TokoPedia di Jabodetabek)” yang menyatakan bahwa Iklan berpengaruh Signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen TokoPedia.

2. Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Hal ini telah di buktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $1,702 < 1,988$ dan nilai signifikansi pada variabel Citra Merek sebesar $0,092 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak.

Hasil penelitian ini tidak menguatkan penelitian terdahulu yang pernah di teliti oleh oleh Winda Larika dan Sri Ekowati dengan judulnya “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo” meyakini bahwa variabel citra merek (X^1), harga (X^2) dan promosi (X^3) menghasilkan nilai sig $0.000 < 0.005$ yang menandakan bahwasannya H_a diterima. Hal ini menandakan bahasannya seluruh variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada handphone merek samsung di tanama cell kelet jepara. Hal ini telah di buktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,349 > 1,988$ dan nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang pernah di teliti oleh Femi Andriani dengan judulnya “Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TokoPedia (Studi Kasus Pada Pelanggan TokoPedia di Jabodetabek)” dan menghasilkan data berupa adanya pengaruh iklan secara signifikan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen TokoPedia.

B. Saran-saran

Melalui hasil yang didapatkan maka terdapat beberapa saran yang bisa disampaikan penulis kepada pihak-pihak tertentu yaitu:

1. Diharapkan memberikan informasi dan tambahan data mengenai manajemen khususnya pada merek Samsung yang berkenaan dengan berbagai hal yang mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen mengenai produk yang ditawarkan.
2. Diharapkan hasil penelitian ini menjadi bahan referensi dan acuan berkenaan dengan kualitas pelayanan, promosi penjualan dan periklanan yang memberikan pengaruh pada keputusan pembelian.

