

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap variabel perilaku pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk konsumen yang dirasakan, maka semakin tinggi pula perilaku pembelian konsumen.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel sensitivitas harga terhadap variabel perilaku pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat harga yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Oleh karena kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian, hendaknya pihak manajemen perusahaan menjaga dan meningkatkan kualitas dari produk smartphone sehingga konsumen bersedia melakukan keputusan pembelian.
2. Oleh karena sensitivitas harga terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian, hendaknya pihak manajemen perusahaan lebih teliti

dan tepat lagi dalam menentukan harga suatu produk, dimana harga dinilai dapat mencerminkan kualitas suatu produk, sehingga kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian kembali akan meningkat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Metode pengumpulan data yang digunakan hanya kuesioner, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
2. Peneliti lain juga diharapkan dapat lebih memperhatikan waktu penyebaran skala penelitian, sehingga dapat memastikan respon yang diberikan subjek adalah respon yang sesungguhnya dan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada subjek lainnya.
3. Penelitian ini hanya terbatas meneliti pengaruh harga, produk terhadap perilaku pembelian, sedangkan masih banyak faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumen. Oleh karena itu, untuk peneliti lain diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan melihat faktor lain yang mempengaruhi perilaku pembelian.