

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan kepada seluruh data yang didapat, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan uji parsial diperoleh nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ dan $t_{hitung} 3,943 > t_{tabel} 1,966$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli *Handphone* Samsung pada Masyarakat Batam.
2. Berdasarkan uji parsial diperoleh nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ dan $t_{hitung} 4,754 > t_{tabel} 1,966$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli *Handphone* Samsung pada Masyarakat Batam.
3. Berdasarkan uji parsial diperoleh nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ dan $t_{hitung} 7,401 > t_{tabel} 1,966$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli *Handphone* Samsung pada Masyarakat Batam.
4. Berdasarkan uji simultan diperoleh nilai signifikan $0.00 < 0.05$ dan Nilai F_{hitung} sebesar $143,541 > F_{tabel} 2,63$, sehingga dapat disimpulkan secara simultan variabel Promosi, Citra Merek dan *Word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli *Handphone* Samsung pada Masyarakat Batam.

5. Hasil Uji determinasi menunjukkan nilai *R square* yaitu sebesar 0,523 atau 52,3%. Hal ini menjelaskan bahwa sekitar 52,3% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel promosi, citra merek dan *word of mouth*. Dan sisanya sekitar 47,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil atau analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagi PT. Samsung *Electronics*

a. Promosi

Promosi yang dilakukan PT Samsung sudah cukup baik sehingga konsumen sudah banyak yang mengetahui mengenai produknya dan diharapkan PT Samsung terus mempertahankan dan meningkatkan promosinya mengikuti pasar seperti dalam menentukan harga agar dapat bersaing dengan vendor-vendor sejenis yang sedang tren

b. Citra merek

PT. Samsung harus menciptakan produk-produk berkualitas serta terus berinovasi dalam mendesain produk untuk menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan bisa menjamin kualitas dan manfaat yang diberikan dari produk-produk Samsung tersebut terutama untuk pemakainya.

c. *Word of mouth*

PT. Samsung *Electronics* diharapkan dapat menerapkan strategi khusus untuk merangsang konsumen agar memberikan testimoni atau melakukan pembicaraan yang positif dengan orang lain, misalnya dengan meningkatkan nilai produk beserta atributnya untuk menambah kepuasan konsumen karena konsumen akan lebih yakin dalam menggunakan *handphone* samsung apabila konsumen tersebut menggunakannya secara langsung, sehingga konsumen akan merekomendasikan produk samsung kepada keluarga, teman atau orang-orang terdekatnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk menganalisis lebih dalam lagi dan lebih spesifik, sehingga hasil yang didapatkan juga lebih maksimal.
3. Bagi perguruan tinggi, diharapkan dapat menambah informasi dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian di waktu yang akan datang.