

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari Hasil Penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan untuk penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas Produk dan Promosi *Online* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian smartphone Xiaomi. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan promosi online memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin bagus kualitas produk dan semakin baik serta menarik promosi online yang dilakukan pada produk smartphone Xiaomi semakin meningkatkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dengan kombinasi kualitas produk dan promosi online, meningkatkan keputusan pembelian sehingga penjualan pun ikut meningkat.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian smartphone Xiaomi. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik kualitas produk pada produk smartphone Xiaomi, maka semakin besar peningkatan keputusan pembelian dan semakin berkualitas produk yang ditawarkan.
3. Promosi *Online* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian smartphone Xiaomi. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi *online* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik dan menarik promosi *online* yang dilakukan pada *smartphone* Xiaomi maka semakin besar peningkatan keputusan pembelian serta semakin dikenal oleh masyarakat.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai peneliti memberikan saran sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan

- a. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka untuk meningkatkan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi harus meningkatkan kualitas produk. Hal – hal yang masih perlu ditingkatkan dari kualitas produk yaitu memberikan atau memiliki fitur – fitur yang lebih lengkap lagi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Contohnya seperti fitur kamera yang lebih jernih tidak blur saat digunakan. Selanjutnya yang perlu ditingkatkan yaitu reliabilitas yaitu memberikan kestabilan atau konsistensi dalam penggunaan jangka panjang dan dapat diandalkan dalam penggunaan sehari – hari. Contoh seperti kestabilan saat mangambil gambar pada kamera, sehingga dapat meningkatkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.
- b. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi *online* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka untuk meningkatkan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi harus meningkatkan promosi online. Hal – hal yang masih perlu ditingkatkan dari promosi online adalah periklanan melalui media sosial, periklanan melalui media sosial contohnya seperti membuat iklan yang lebih menarik lagi di berbagai platfrom seperti *tiktok*, *instagram*, *youtube*, dan lain sebagainya. Selanjutnya memberikan promosi penjualan di media sosial contohnya *giveaway*, diskon, kupon, dan lain sebagainya. Sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat menjadi rujukan atau referensi untuk melakukan penelitian. Serta jadi bahan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini. Sehingga dengan adanya variabel lainnya dapat memperkaya keilmuan atau pengetahuan di bidang pemasaran.