

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil uji analisis informasi yang telah dilakukan, dapat diberikan kesimpulan, antara lain:

- a) Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo oleh mahasiswa UKWMS Kampus Kota Madiun. Membuktikan bahwa Vivo memiliki kualitas produk yang bagus, yang mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap pilihan pembelajaran siswa.
- b) Mahasiswa Sekolah Tinggi UKWMS Kampus Kota Madiun menilai harga tidak terlalu berpengaruh terhadap pilihan membeli *Smartphone* Vivo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a) Karena penelitian ini hanya melibatkan siswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun dan hanya menggunakan dua variabel independent untuk menguji keputusan pembelian pada mahasiswa UKWMS Kampus Kota Madiun yang membeli *smartphone* Vivo yang membeli *smartphone* Vivo.
yaitu beban kerja tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja pegawai pada Rumah Sakit
- b) Nilai R² yang diperoleh sebesar 51,9 % menunjukkan bahwa 48,1% yang tersisa disebabkan oleh variabel independen lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.3 Saran

- 1) Untuk menguji keputusan pembelian terhadap *Smartphone* Vivo, penelitian selanjutnya dapat mencakup citra merek, dan promosi sebagai variabel independent. Dengan penambahan variabel tersebut maka akan lebih mudah untuk menentukan variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keputusan.

- 2) Penelitian di masa yang akan datang mungkin memerlukan cakupan yang lebih luas, misalnya semua perguruan tinggi di Kota Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI). Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi. Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.25*.
- Handoko, T.Hani. 2014. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Cetakan ke 21*. Yogyakarta: BPF
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millienium di terjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhalliindo: Jakarta*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke-14*. Pearson Education.
- Kasmir. (2009). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson.