

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek BlackBerry “*Black Market*” Survei Pada Pembeli BlackBerry BM di Toko Online Fatwa Cellular I”. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan uji F dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk yang terdiri dari Kinerja (X1), Tampilan (X2), Keandalan (X3), Kesesuaian dengan spesifikasi (X4), Daya Tahan (X5), Pelayanan (X6), Estetika (X7) dan Kualitas yang dipersepsikan (X8) berpengaruh secara bersama terhadap keputusan pembelian. Dimana diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 8,081. Nilai ini lebih besar dari F tabel ($8,081 > 2,048$) dan nilai sig. F lebih kecil dari α (0,05) maka hipotesis diterima.
2. Dari hasil uji t' parsial dapat disimpulkan bahwa dari variabel kualitas produk yang terdiri dari Kinerja (X1), Tampilan (X2), Keandalan (X3), Kesesuaian dengan spesifikasi (X4), Daya Tahan (X5), Pelayanan (X6), Estetika (X7) dan Kualitas yang dipersepsikan (X8) ada tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu: 1) Variabel Daya tahan dengan nilai signifikansi 0,013. 2) Variabel Pelayanan dengan nilai signifikansi 0,006. 3) Variabel Estetika (X7) dengan nilai signifikansi 0,002, dari masing-masing nilai signifikansi tersebut menunjukkan bahwa hipotesis

diterima dari tiga variabel tersebut. Diantara delapan variabel bebas, yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah variabel Estetika (X7) yang ditunjukkan oleh nilai Koefisien Beta (*standardized*) terbesar yaitu sebesar 0,309. Sedangkan variabel Pelayanan menjadi variabel dominan yang ke-2 dengan koefisien sebesar 0,242 dan variabel dominan yang ke-3 adalah variabel Daya Tahan yang dipersepsikan dengan koefisien sebesar 0,225.

5.2. Saran

Mempertimbangkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis memberikan saran yang mungkin bisa menjadi pertimbangan guna peneliti selanjutnya khususnya dan pihak-pihak terkait pada umumnya.

1. Variabel kualitas produk yang diteliti berjumlah delapan variabel dan ada tiga variabel yang berpengaruh (secara parsial) signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga untuk peneliti selanjutnya bisa memperbaikinya dengan lebih memperhatikan pengujian kuesioner terlebih dahulu dengan teliti dengan uji validitas maupun reliabilitas.
2. Dari nilai R^2 adjusted = 0,376. Angka ini menunjukkan bahwa variasi nilai variabel keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperoleh sebesar 37,6% sedangkan sisanya yaitu 62,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan model. Maka peneliti selanjutnya bisa menggali lebih banyak lagi dan menambahkan variabel kualitas produk yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

3. Untuk judul dengan kajian tema yang sama pada peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran agar lebih memperkaya kajian teori pada umumnya dan khususnya secara integrative dengan kajian Al-Qur'an dan Hadits. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menyempurnakan dengan menggunakan metode-metode penelitian yang mungkin belum masuk pada penelitian ini.
4. Melihat hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada tiga variabel kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yakni daya tahan, estetika dan pelayanan. Dari hal tersebut bisa memberikan sebuah *input* bahwa ketika diadakan sebuah peningkatan dari kualitas produk itu sendiri baik dari daya tahan produk, estetika produk dan terlebih dari pelayanan Fatwa Cellular sendiri maka tidak menutup kemungkina *customer* akan memilih Fatwa Cellular sebagai toko *online* kepercayaannya dalam pengambilan *gadget*.