

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 16.667 di mana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 1,69 ($16.667 > 1,69$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,10 ($0,000 < 0,10$). Hasil analisis data menunjukkan bahwa 44,9% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran. Sedangkan sisanya 55,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel harga, kualitas, dan promosi. Untuk variabel harga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.679 > 1,666$) atau nilai sig. $< \alpha$ ($0,009 < 0,10$). untuk variabel kualitas nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.565 > 1,666$) atau nilai sig. $< \alpha$ ($0,012 < 0,10$). Dan untuk variabel promosi nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.753 > 1,666$) atau nilai sig. $< \alpha$ ($0,084 < 0,10$). Dengan demikian ketiga variabel tersebut menyatakan bahwa maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan sisanya variabel yang tidak

berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kemudahan dalam pembayaran. Untuk variabel kemudahan dalam pembayaran $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,209 < 1,666$) atau nilai sig. $> \alpha$ ($0,292 > 0,10$). Dengan demikian variabel tersebut yaitu variabel kemudahan dalam pembayaran menyatakan bahwa maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Peneliti mengambil keputusan jadi, pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk *handphone* merek Samsung oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin adalah bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian mahasiswa terhadap produk dari samsung.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari analisis data, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pihak Samsung

Dari hasil pembahasan yang menyebutkan bahwa yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu harga (X_1), kualitas (X_2), promosi (X_3), dan kemudahan dalam pembayaran (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin maka diharapkan agar memperhatikan variabel tersebut agar menarik para konsumen lebih

banyak lagi seperti misalnya memproduksi *handphone* dengan mengutamakan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan *handphone* serta tersedianya *service center* apabila terjadinya kerusakan jadi lebih memudahkan pelanggan.

2. Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap bagi para peneliti selanjutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi dan mencari variabel lain yang tidak termuat dalam penelitian ini karena pengaruh harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Samsung oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari sebesar 44,9% sedangkan sisanya 55,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain. Yang peneliti harapkan, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi proses keputusan pembelian.