BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terkait dampak kualitas produk pada keputusan pembelian smartphone Oppo A16 di Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi, dapat ditarik kesimpulan sebagaimana dibawah :

1. Berdasarkan evaluasi variabel kualitas produk dengan nilai rata-rata mencapai 432,8, menunjukkan tingkat kualitas yang tinggi. Sementara variabel keputusan pembelian, dengan nilai rata-rata mencapai 424,5, juga tergolong dalam kategori yang tinggi.
2. Hasil uji t menunjukkan nilai thitung sebesar 6,851, sementara ttabel sebesar 1,966. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo A16 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi).

5.2 Saran

Dari rangkuman tersebut, penulis dapat menawarkan saran sebagaimana dibawah:

1. Dengan merujuk pada hasil variabel kualitas produk pada indikator keistimewaan, diperoleh total skor sebesar 284,7. Maka perlu di tingkatkan kualitas terutama keunggulan smartphone dari spesifikasinya.
2. Berdasarkan hasil variabel keputusan pembelian pada indikator jumlah pembelian dengan total 392, Sebagai alternatif, perusahaan Oppo Smartphone lebih sering memberikan informasi produk secara rinci, terutama dalam promosi, terkait spesifikasi produknya dibandingkan dengan produk pesaingnya.

3. Dalam membuat keputusan pembelian, kualitas produk memiliki dampak yang signifikan, sehingga PT. World Telecommunication perlu lebih hati-hati dalam menentukan fitur-fitur produknya.
4. Dari temuan koefisien determinasi dalam penelitian ini, terungkap bahwa variabel Kualitas Produk (X) memiliki dampak sebesar 32,4% terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan 67,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga, promosi, dan sebagainya. Oleh karena itu, saran penelitian selanjutnya dapat melibatkan aspek-aspek tersebut untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensi.