

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan:

1. Variabel fitur produk memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO di Vidha Ponsel HM Joni Medan, dengan t_{hitung} 4,873 lebih besar dari t_{tabel} 1,668 dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,10 yaitu 0,000. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu terdapat pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO di Vidha Ponsel HM Joni Medan telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
2. Variabel selebriti *endorser* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO di Vidha Ponsel HM Joni Medan, dengan t_{hitung} 8,559 lebih besar dari t_{tabel} 1,668 dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,10 yaitu 0,000. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu terdapat pengaruh selebriti *endorser* terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO di Vidha Ponsel HM Joni Medan, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.

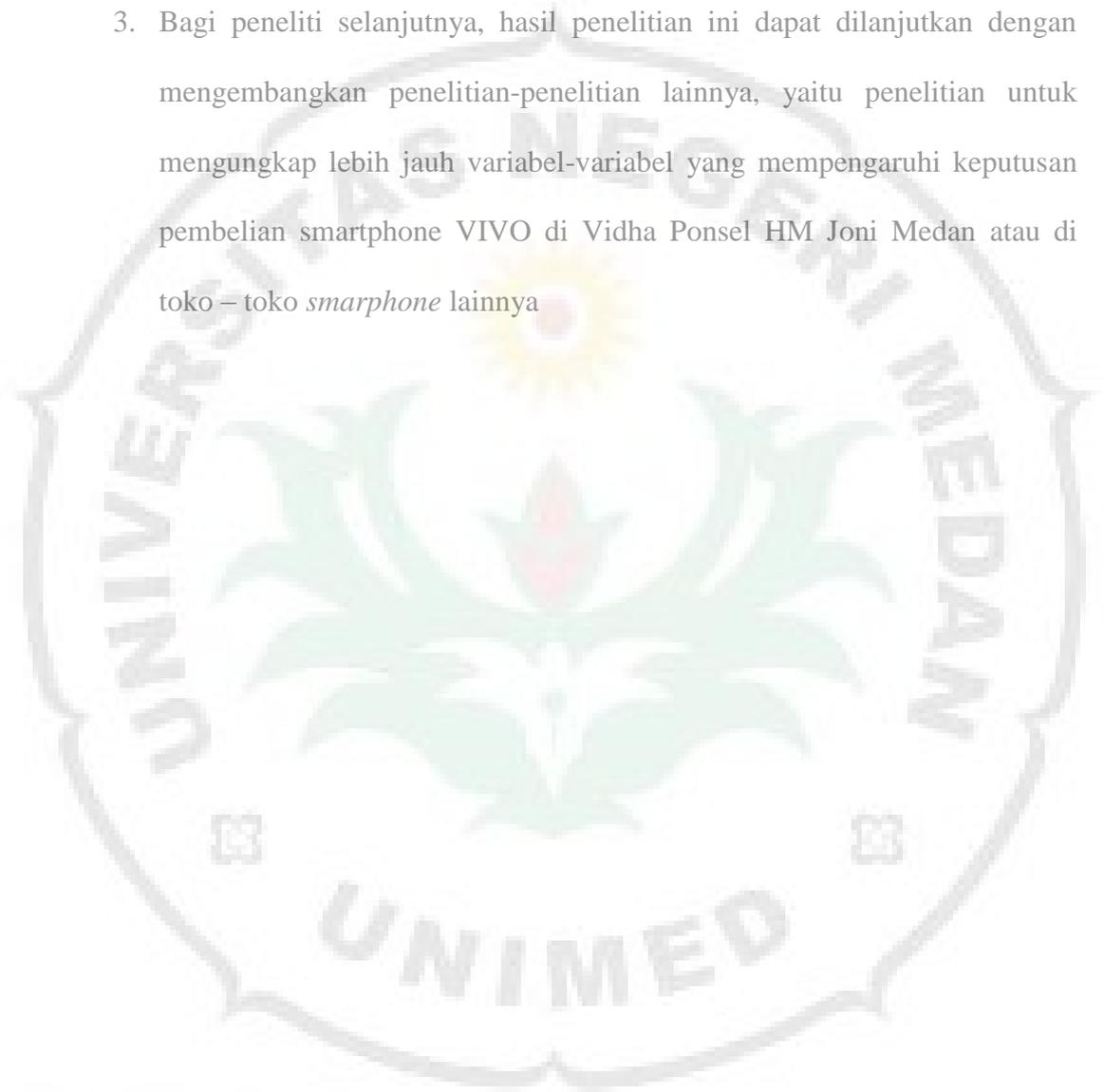
3. Hasil penelitian yang ditemukan mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel fitur produk dan selebriti *endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO di Vidha Ponsel HM Joni Medan dengan nilai F_{hitung} sebesar 125,407 lebih besar dari F_{tabel} 2,38 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,10 yaitu 0,000. Hal ini berarti hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu terdapat pengaruh fitur produk dan selebriti *endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO di Vidha Ponsel HM Joni Medan.

5.2 Saran

Saran yang di sampaikan dari keseluruhan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa penerapan fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO, maka penulis merekomendasikan agar produsen *smartphone* VIVO untuk dapat meningkatkan kualitas fitur produknya.
2. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa penerapan selebriti *endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* VIVO, maka penulis merekomendasikan agar produsen *smartphone* VIVO untuk selalu meningkatkan pemilihan selebriti untuk jauh lebih baik lagi.

3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya, yaitu penelitian untuk mengungkap lebih jauh variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone VIVO di Vidha Ponsel HM Joni Medan atau di toko – toko *smarphone* lainnya



THE
Character Building
UNIVERSITY