

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan bahwa nilai t dari variabel inovasi produk adalah 6,043 dengan tingkat signifikan 0,000 > 0,05.
2. *Word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan bahwa nilai t dari variabel *word of mouth* adalah 5,565 dengan tingkat signifikan 0,000 > 0,05.
3. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh inovasi produk ( $X_1$ ) dan *word of mouth* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda yaitu  $Y = -3,604 + 0,939X_1 + 1,191X_2 + e$ . Hal ini membuktikan bahwa variabel promosi dan desain kemasan bersama-sama berpengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

4. Hasil uji F, menunjukkan bahwa inovasi produk dan *word of mouth* bersama- sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
5. Inovasi produk ( $X_1$ ) dan *word of mouth* ( $X_2$ ) dapat menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian (Y), dimana berdasarkan perhitungan koefisien determinasi nilai  $R^2$  (R square) sebesar 73,3%. Hal ini memberikan makna bahwa 73,3% dari variabel keputusan pembelian minuman badak PT. Pabrik Es Siantar di Kota Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan desain kemasan. sedangkan sisanya 26,7% dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel penelitian

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, adapun beberapa saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan hasil atau analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Xiaomi
  - a. *Smartphone* Xioami diharapkan dapat meningkatkan inovasinya dalam pengelolaan desain dan kualitas dalam produknya. Desain yang tercipta kedepannya di harapkan bisa dibuat berbeda dari type sebelumnya serta diharapkan pula desain yang dibuat bisa mengikuti trend sesuai dengan perkembangan zaman untuk menunjang kebutuhan modern agar tidak kalah dari pesaing lainnya.
  - b. Sangat penting bagi perusahaan untuk terus menjaga keberlangsungan *Word of Mouth* yang positif. Dengan cara tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari *Smartphone* Xiaomi tersebut. Agar konsumen merasa puas dan menceritakan pengalaman positif mereka kepada orang lain selama menggunakan *Smartphone* Xiaomi. Hal itu akan mendorong calon konsumen yang baru untuk membeli dan yakin untuk memilih *smartphone* Xioami sebagai pilihannya. Sehingga akhirnya keputusan pembelian semakin banyak dan meningkatkan *market share* pada penjualan.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan tiga variabel, yaitu Inovasi Produk, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian. Maka dari itu, bagi peneliti yang selanjutnya diharapkan bisa memperbanyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian sehingga lebih memperkaya penelitian yang akan diteliti selanjutnya.

