

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli *smartphone* Realme di Kota Padang
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli *smartphone* Realme di Kota Padang
3. *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap Minat Beli *smartphone* Realme di Kota Padang

#### 5.1.1 Implikasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dan kuesioner yang telah diisi, diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat yaitu sebagai referensi bagi pihak perusahaan untuk mendorong niat beli konsumen yang akan meningkatkan penjualan. Kemudian penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi akademis dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran.

Implikasi dari hasil penelitian yaitu dapat dilihat variabel Harga memiliki skor terendah yaitu harga *smartphone* realme sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan dengan skor sebesar 71.00%, dalam hal ini *smartphone* realme harus selalu memperhatikan harga sesuai dengan manfaat yang didapatkan, namun tidak mengurangi keuntungan perusahaan, sehingga

konsumen berniat untuk membeli. Selanjutnya variabel Kualitas Produk memiliki skor terendah yaitu *smartphone* realme sesuai berdasarkan spesifikasi dan kualitas kebutuhan pembeli dengan skor sebesar 71.26%, dalam hal ini *smartphone* realme juga dapat meningkatkan kualitas produk agar mampu mempertahankan keunggulannya. Dengan tujuan dapat meningkatkan niat beli konsumen. Kemudian juga variabel *word of mouth* memiliki skor terendah yaitu, saya mendapat rekomendasi *smartphone* realme dari teman dengan skor sebesar 65.00%, dalam hal ini *smartphone* realme juga dapat memaksimalkan promosinya agar selalu dibicarakan dan diingat di benak konsumen dengan cara selalu menjelaskan promo-promo dan keunggulan produknya, agar *word of mouth* dapat meningkat.

### **5.1.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pengalaman selama melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini sangat jauh dari kata sempurna serta memiliki keterbatasan terhadap hasil yang diharapkan pada penelitian ini. Dikarenakan hal tersebut, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang agar dapat diperhatikan lagi. Maka keterbatasan pada penelitian ini adalah:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini jumlahnya terbatas yaitu 80 responden, sehingga hanya bisa menggambarkan sebagian dari fakta yang terjadi di lapangan.
2. Tidak semua responden bisa memahami dengan baik terkait dengan kuesioner yang akan diisi, sehingga jawaban yang dipersepsikan oleh responden atas kuesioner memungkinkan menimbulkan pemahaman tertentu dalam penelitian

ini.

3. Variabel independen atau bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya 3 yaitu Harga, Kualitas Produk, dan *Word Of Mouth*. Sehingga tidak bisa mengetahui secara keseluruhan apa saja yang mempengaruhi variabel dependen yang digunakan yaitu Minat Beli.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, adapun saran dari penelitian ini agar dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi beberapa pihak dimasa yang akan datang. Beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian ini dengan tema atau dengan judul yang sama disarankan agar mengembangkan penelitian ini seperti menambah variabel baru. Sehingga tercipta penelitian-penelitian yang lebih baik lagi kedepannya.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan objek yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang beragam.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah total sampel yang digunakan sehingga hasil yang didapat pada penelitian ini lebih baik lagi.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih dapat memanfaatkan waktu penelitian sehingga menghasilkan hasil penelitian yang memuaskan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzan & Abdul Rohman(2019) Pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor kawasaki. *Jurnal ekobis*, 9(2)
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta and Harbour Engineer's Reference Book, Chapman and Hall, London.
- Anwar, Saleha, and Amir Gulzar. 2011. Impact of Perceived Value on Word of Mouth Endorsement and Customer Satisfaction: Mediating Role of Repurchase Intentions. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(5): 46-54.
- Arief Adi Satria, 2017, Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36 *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2 (1): 45-53
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rinneka Cipta.
- Berty W.T, Endang S, (2019). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*, Vol.6, No. 1, Desember 2019
- Chinomona. R, Okuomba,L& Pooe, D (2013) The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Student Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranea journal of Social Science*, 4(14), 463-472.
- Consumer Decision Model, Jurnal Ekonomi Perusahaan*. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Dialihbahasakan oleh : Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks

Cooper, D.R dan Schindler P.S. 2006. *Business research methods*. Ninth Edition.

Mc Graw-Hill

Daniel Adhi Satria dan Helena Sidharta (2017) Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 2 No. 3

Dinawan (2010) *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Dita Amanah (2010), Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan *Jurnal Keuangan & Bisnis* 2 (1): 71-87

Durianto, Darmadi dan C. Liana, (2004). *Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan consumer decision model*.

Eko Purnomo (2016) pengaruh harga. kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal

Ennew, CT, Aishisk, KB, Derek, LI. 2000. Mengelola Komunikasi Word of Mouth: Bukti Empiris Dari India. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 18 No.2.

Ferdinand, A. (2006). *Pengembangan minat beli merek ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. & Latan, H. (2015) *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair et. al,. (2013). A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. 2010. *Multivariate Data Analyssis, (Sevent Edition)*. Upper Saddle River, New Jersey, Person Prentice Hall.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Harjanto,Rudy,2009, *Prinsip-Prinsip Periklanan*, Jakarta, PT Gramedia Jakarta
- Julia Retnowulan (2017) Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi, *Jurnal Cakrawala*. Vol. XVII No. 2
- Kotler & Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 jilid 1, Terjemahan (Molan Benyamin). Indonesia: PT. Indeks.
- Kotler dan Kevin, Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas.Jilid1.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Marketing management* (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall PTR
- Kotler, P., & K. L. K. (2009) *Manajemen Pemasaran terjemahan*. 13 Ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J., dan Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and*

*Tourism. Second Edition.* Prentice Hall Inc. Upper Saddle River, New Jersey

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II Alih.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Lili Salfina dkk (2018) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovasi*. Vol. 1 No. 1

Martono, M., dan S. R Iriani. 2014. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2, pp. 687-699.

Mc Graw Hill, Sernovitz, 2009. *Word Of Mouth Marketing*, Jakarta.

Mehta, A.J., (1994). *Hydraulic Behaviour of Fine Sediment*. Coastal, Estuarial

Mira dkk (2020) Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Kios Buku Pasar Palasari Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 8 No. 1

Mowen, John C. Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.

Nurhayati, 2011. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2009 Pengguna Handphone Merek Nokia). Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”*jurnal manajemen*.

Nurhidayah, N., Rahmidani, R., & Syofyan, R. (2019). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 967-976.Risky

Qurrotu a’yun dkk (2019) Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Private Label Giant ( Studi Kasus Pada Konsumen Giant Sawojajar Malang ). *E-jurnal riset manajemen*. Vol. 08 No. 12

Radha Martha Paramesthin dan Jaya Pramono (2019) Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi Brand Image Pada Escalier Bali. *Sintesa Prosiding*.

Rega dkk (2022) Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian, *jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 6, No. 1

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2000). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey:Prentice-Hall.

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2000). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey:Prentice-Hall

Schiffman, Leon., dan Lesslie, Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh.

Septi Ayu Lestari & Rose Rahmidani (2019). Pengaruh harga dan word of mouth



(wom) terhadap minat beli laptop merek toshiba di kalangan mahasiswa universitas negeri padang. *Jurnal EcoGen*, 2 (3)

Sugiyono (2010), *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R &D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono (2015), *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sulistiyari, I.N. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Oriflame*. Universitas Diponegoro.

Sutisna, 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung.

Swastha, B. dan I. (2001) *Manajemen Pemasaran Modern*, No Title. Edisi ketiga. Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset Indeks.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, F. (2019) *Strategi Pemasaran*. 4 Ed. Yogyakarta: Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi (2009), *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025> (diakses pada 14 oktober 2021)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/16/vivo-kuasai-penjualan-ponsel-pintar-di-indonesia> (diakses pada 14 oktober 2021)

[https://versus.com/id/realme-gt-master-explorer-vs-samsung-galaxy-a71#group\\_display](https://versus.com/id/realme-gt-master-explorer-vs-samsung-galaxy-a71#group_display) (diakses pada 14 oktober 2021)