

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu program IBM SPSS *statistics* 20.00 *for Windows*, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian harga (X_1) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,972 > 2,0141$ dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,005 < \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti (X_1) harga secara parsial signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Hasil penelitian kualitas Produk (X_2) diperoleh hasil t_{hitung} (2,240) $> t_{tabel}$ (2,0141) dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,30 > \alpha 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop ASUS pada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Hasil penelitian citra merek (X_3) diperoleh hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,219 < 2,0141$ dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,229 > \alpha 0,05$, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti citra merek berpengaruh positif tetapi lemah terhadap keputusan pembelian laptop ASUS pada mahasiswa-mahasiswi

Fakultas Ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.

4. Hasil penelitian Inovasi Produk (X_4) diperoleh hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,685 < 2,0141$ dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,099 > \alpha 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti inovasi produk berpengaruh positif tetapi lemah terhadap keputusan pembelian laptop ASUS pada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.
5. Dari uji regresi diperoleh $F_{hitung} (44,016) > F_{tabel} (2,58)$ berarti harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek asus pada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan simpulan yang diperoleh setelah pengolahan data-data maka peneliti memberikan rekomendasi yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi bagi perusahaan laptop merek ASUS serta bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama. Adapun rekomendasi yang bisa penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari $t_{hitung} (2,972) > (2,014) t_{tabel}$ menunjukkan bahwa harga laptop ASUS dalam sudut pandang daya beli masyarakat (terutama mahasiswa) dapat dijangkau. Strategi kebijakan harga yang diterapkan oleh perusahaan ASUS hendaknya tetap dipertahankan agar mampu bersaing dalam pangsa

pasar Indonesia maupun dunia dengan cara memberi potongan harga, memberikan *merchandise* setiap pembelian.

2. Pendapat masyarakat (terutama mahasiswa) terhadap Produk laptop merek ASUS berdasarkan Kualitas Produk dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,240 > 2,0141$ dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,30 > \alpha 0,05$, oleh karena itu peneliti merekomendasikan untuk tetap menjaga kualitas produk laptop ASUS sesuai dengan standar dengan cara menerapkan standar mutu ISO 9000.