

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.
2. Variabel Fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.
3. Variabel *Word of Mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.
4. Variabel E-commerce tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.
5. Variabel Kualitas Produk, Fitur, *Word of Mouth*, dan *E-commerce* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan , penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, fitur, *word of mouth* dan *e-commerce* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel dependen yaitu keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh empat variabel independen yaitu keputusan pembelian, fitur, *word of mouth* dan *e-commerce*, sedangkan sisanya keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model.

## 1.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi dari penelitian dapat diberikan sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan perhitungan uji t variabel *E-commerce* menunjukkan hasil yang lebih rendah dibandingkan dengan variabel kualitas produk, fitur, dan *word of mouth*. Maka perusahaan Xiaomi perlu memperhatikan nilai *e-commerce* dengan tetap mempertimbangkan dampak positif dan negatifnya. Dalam hal ini pihak perusahaan perlu mencermati dari *e-commerce* sebagai bentuk kerjasama perusahaan dalam penjualan *smartphone* Xiaomi serta pemanfaatannya agar *e-commerce* dapat memiliki pengaruh yang besar dengan kemampuan dan tingkat pertumbuhan perusahaan.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau pendukung bagi peneliti selanjutnya dengan memperbanyak variabel lainnya seperti harga dan juga meneliti dengan jumlah populasi yang lebih luas sehingga dapat memberikan gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.

