

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada counter market cell oesapa, kota kupang.
- 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada counter market cell oesapa, kota kupang.

5.2. Implikasi Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Kotler dan Armstrong (2018:230) bahwa kualitas produk dapat menentukan keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mendukung teori tersebut. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan temuan Ernawati dan Giovani (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya.

Kemudian, hasil penelitian ini juga sejalan dengan pernyataan Lupiyoadi (2013:95) mengemukakan bahwa harga dapat menentukan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mendukung teori tersebut. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan temuan Septiani dan Prambudi (2021), selanjutnya Septiawan R. T.,dkk (2023) yang menyatakan

bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya.

5.3. Implikasi Terapan

Bagi pihak perusahaan xiaomi berkaitan dengan kualitas produk perlu ditingkatkan lagi dari segi durability (daya tahan) karena konsumen beranggapan bahwa smartphone xiaomi yang mereka gunakan masih rentan mengalami kerusakan.

Bagi pihak counter market cell oesapa kota kupang perlu memperkuat harga melalui pemberian diskon karena konsumen menganggap bahwa harga belum sepenuhnya sesuai dengan kualitas yang mereka dapatkan dari produk tersebut.

Bagi penelitian lanjutan diharapkan agar memperluas cakupan penelitiannya dengan menambahkan jumlah responden atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.