

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *product knowledge*, *hedonic lifestyle* dan *income* terhadap *purchase decision* smartphone 4G di Kota Mojokerto, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa hanya variabel *product knowledge* dan *income* yang berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision* smartphone 4G di Kota Mojokerto, sedangkan variabel *hedonic lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision* smartphone 4G di Kota Mojokerto. Jadi hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial oleh masing-masing variabel independen terhadap *purchase decision* smartphone 4G di Kota Mojokerto sebagai variabel dependen hanya hipotesis terkait *product knowledge* dan *income* yang terbukti, sedangkan hipotesis *hedonic lifestyle* tidak terbukti.
2. Hasil uji F menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari *product knowledge*, *hedonic lifestyle* dan *income*, secara simultan terhadap *purchase decision* smartphone 4G di Kota Mojokerto. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga bahwa variabel *product knowledge*, *hedonic lifestyle* dan *income* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*

smartphone 4G di Kota Mojokerto”, terbukti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas, penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berpengaruhnya *product knowledge* dan *income* pada keputusan pembelian smartphone 4G di Kota Mojokerto dirasa dijadikan pertimbangan bagi pelaku usaha smartphone untuk terus meningkatkan program pengenalan produk dengan segala media. Juga merubah strategi bisnis untuk memperluas operasional penjualan di segmen smartphone dengan range harga Rp 2.456.302 – Rp 3.000.000 agar penjualan lebih maksimal.
2. Sebaiknya peneliti berikutnya memperluas objek penelitian, agar hasil penelitian dapat digeneralisasi untuk semua jenis produk dalam kaitannya terhadap perilaku konsumen.
3. Bagi penelitian yang akan mengambil tema yang sama, sebaiknya menggunakan model yang berbeda untuk mengukur keputusan pembelian atau dapat menambah dan mengganti variabel penelitian untuk membuktikan kembali hipotesis dalam skripsi ini.