

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari Brand Awareness, Perceived Quality, Promotion, Dan Life Style Secara Bersama-Bersama terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam tahun 2016-2017. Sampel yang digunakan ialah sebanyak 92 responden. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Hasil dari pengujian statistik *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $5.713 >$ pada t_{tabel} 1.6625 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu secara parsial menyatakan bahwa *Brand Awareness* (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus tahun 2016-2017.
- b. Hasil dari pengujian statistik *perceived quality* terhadap keputusan pembelian menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $3.443 >$ pada t_{tabel} 1.6625 dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu secara parsial menyatakan bahwa *perceived quality* (X_2) berpengaruh pada keputusan pembelian Smartphone Oppo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus tahun 2016-2017.
- c. Hasil dari pengujian statistik *promotion* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2.586 >$ pada t_{tabel} 1.6625 dengan nilai signifikan sebesar $0,011 < 0,05$. Oleh karena itu secara parsial menyatakan bahwa *promotion* (X_3) berpengaruh pada keputusan pembelian Smartphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus tahun 2016-2017.
- d. Hasil dari pengujian statistik *life style* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2.189 >$ pada t_{tabel} 1.6625 dengan nilai signifikan sebesar $0,038 < 0,05$. Oleh karena itu secara parsial menyatakan bahwa *life style* (X_4) berpengaruh pada keputusan

- pembelian Smartphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus tahun 2016-2017.
- e. Hasil dari pengujian statistik terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama pada variabel *brand awereness, perceived quality, promotion, dan life style* terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus tahun 2016-2017, ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 26,287 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana $<$ tingkat signifikan yaitu 0.05, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $26,287 > 2.01$, Maka keputusannya adalah menerima hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan secara simultan antara *brand awereness, perceived quality, promotion, dan life style* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil yang di peroleh dalam penelitian, pembahasan, serta kesimpulan , maka saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan hendaknya agar lebih meningkatkan kualitas produknya, meningkatkan promosi, serta meningkatkan informasi yang lebih lengkap dan akurat agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam membeli produk mereka.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian berikutnya yang mengambil topik yang sama dengan penelitian ini diharapkan agar lebih menyempurnakan penelitiannya, misalnya dengan memberi tambahan variabel yang belum dicantumkan didalam penelitian ini. Mengingat kemampuan dalam menerangkan masih terbilang belum mumpuni.