

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ponsel Sony Ericsson. Hal ini didasarkan pada :

1. Perhitungan korelasi *product moment* dan koefisien determinasi (KD), dapat disimpulkan bahwa ketujuh dimensi persepsi kualitas produk (kinerja, ketahanan, pelayanan, keandalan, karakteristik produk, kesesuaian dengan spesifikasi, hasil) secara keseluruhan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian ponsel Sony Ericsson pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung dengan nilai 32,49%.
2. Dari uji hipotesis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian ponsel Sony Ericsson pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung. Hal tersebut terbukti dari hasil uji hipotesis dengan melihat t_{hitung} yaitu $t = 6,6$ yang lebih besar dari t_{tabel} untuk $n=92$, pada tingkat kepercayaan 95% yaitu sebesar 1,658.
3. Berdasarkan analisis kualitatif pada kuisioner yang diajukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung terhadap produk ponsel Sony Ericsson yang terbentuk dari tujuh dimensi kualitas secara keseluruhan dinilai baik dengan nilai rata-rata 352,64.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah:

1. Perusahaan ponsel Sony Ericsson disarankan untuk memperbaiki kualitas produknya, melakukan pengawasan yang lebih ketat pada proses manufaktur agar kualitas produk ponsel yang dihasilkan dapat lebih baik dan tidak memiliki cacat produksi, dan lebih kreatif dalam pengembangan model/tipe baru. Hal ini perlu dilakukan karena dari penilaian terhadap elemen-elemen persepsi kualitas produk ternyata penilaian terhadap kualitas produk dan dimensi keandalan nilai yang paling rendah di mata konsumen mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.
2. Perusahaan ponsel Sony Ericsson disarankan untuk mempertahankan kinerja produk ponselnya yang mudah digunakan atau dioperasikan oleh setiap orang. Hal ini perlu dilakukan karena dari penilaian terhadap elemen-elemen persepsi kualitas produk, ternyata penilaian terhadap indikator tersebut memperoleh nilai yang paling baik di mata konsumen mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung. Kinerja produk ponselnya yang mudah digunakan atau dioperasikan oleh setiap orang dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan produk ponsel Sony Ericsson serta dapat digunakan untuk membantu Sony Ericsson memperbaiki posisinya dalam pangsa pasar ponsel di Indonesia.