

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tentang “Pengaruh kualitas produk gaya hidup, dan harga terhadap minat beli *smartphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda, dapat dibuktikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *smartphone* di FEBI, dengan nilai B = 0,267 dan nilai t = 2,83 dengan nilai signifikansi 0,006 < 0,05.
2. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda, dapat dibuktikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *smartphone* di FEBI, dengan nilai B = 0,240 dan nilai t = 2,294 dengan nilai signifikansi 0,024 < 0,05.
3. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda, dapat dibuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *smartphone* di FEBI, dengan nilai B = 0,220 dan nilai t = 2,200 dengan nilai signifikansi 0,030 < 0,05.
4. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda, dapat dibuktikan bahwa variabel kualitas produk, gaya hidup dan harga secara simultan

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *smartphone* di FEBI, dengan nilai  $F=6.520$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

## B. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan dengan berbagai merek *smartphone* agar lebih meningkatkan kualitas produk *smartphone* kalangan konsumen atau masyarakat untuk dapat mempengaruhi minat beli konsumen.
2. Agar bisa menyesuaikan antara harga dengan kualitas produk yang dimiliki oleh perusahaan dengan berbagai merek *smartphone*, dan dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli suatu produk
3. Pada penelitian ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar mencari variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat beli pada *smartphone* yang belum dibahas dalam penelitian ini supaya produk *smartphone* lebih

diminati masyarakat

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**