

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdan Indosat di Kecamatan Sidayu. Hal ini secara nyata harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Kedua Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdan Indosat di Kecamatan Sidayu. Hal ini secara nyata promosi sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Ketiga Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdan Indosat di Kecamatan Sidayu. Hal ini secara nyata kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan penelitian maka saran-saran dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

5.2.1. Bagi Aspek Manajerial

1. Berdasarkan hasil penelitian harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu PT. Indosat Tbk memberikan pengaruh harga yang diminati pembeli dengan kualitas harga yang murah.
2. Berdasarkan hasil penelitian promosi sangat berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Maka PT. Indosat Tbk memberika tambahan promosi yang lebih menarik lagi agar sistematika keputusan pembelian lebih banyak dan semakin banyak diminati.
3. Berdasarkan hasil penelitian kualitas layanan berpengaruh pada keputusan pembelian, maka dari itu PT. Indosat Tbk memberikan pengaruh pada kualitas layanan yang lebih terjangkau lagi dan menunjukkan bahwa kartu Indosat dapat menyeluruh sampai di pelosok daerah.

5.2.2. Bagi peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperbanyak jumlah variabel-variabelnya dan dapat menggunakan analisis teknik analisis yang sama.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada subyek yang berbeda dengan membatasi subyek yang membeli produk tersebut baru satu kali atau hanya satu kali dan tidak hanya melihat dari sudut pandang dari konsumen atau pengunjung saja, akan tetapi juga sudut pandang dari pihak produsen.

Disarankan juga untuk memilih tempat penelitian yang lain mengingat adanya perbedaan karakteristik responden pada setiap wilayah (Wulnsari, 2013).