

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasar penelitian dan analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS 10.0, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Dalam pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebagai berikut:

- 1). Kualitas Produk (X_1)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 10,681 dan t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2. maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel kualitas produk terletak pada daerah penolakan H_0 , berarti kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.

- 2). Tarif (X_2)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4,071 dan t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2. maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel tarif terletak pada daerah penolakan H_0 , berarti factor tarif berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.

- 3). Lingkungan (X_3)

Diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 6,816 dan t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat

keyakinan sebesar () 0,05/2. maka dapat diartikan bahwa nilai t tabel dari variabel lingkungan terletak pada daerah penolakan H_0 , berarti variabel lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.

2. Dalam pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F, diperoleh F_{hitung} sebesar 55,278 dan F_{tabel} sebesar 2,70 pada df 3 dan 96 dengan tingkat keyakinan sebesar () 0,05/2 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa kualitas produk (X_1), tarif (X_2) dan lingkungan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen (Y)

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas yang merupakan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, tarif, dan lingkungan terhadap keputusan konsumen pada kartu prabayar Flexi Trendy, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. PT. TELKOM Flexi harus memperhatikan masalah kualitas produk mengingat variabel tersebut merupakan yang paling kuat pengaruhnya terhadap keputusan konsumen yaitu dengan melakukan inovasi terhadap produk yang telah ada agar lebih memiliki keunggulan dibandingkan dengan kartu prabayar merek lain sehingga konsumen akan lebih puas dan akan berdampak pada peningkatan kepercayaan konsumen terhadap PT. TELKOM Flexi.
2. Mengingat masalah tarif yang ditetapkan oleh PT. TELKOM Flexi selama ini tidak terlalu berpengaruh besar kepada keputusan konsumen, karena dalam penelitian ini faktor tarif nilainya lebih kecil dibanding faktor kualitas produk dan faktor lingkungan. Tarif yang ditetapkan oleh TELKOM Flexi harus

mampu bersaing dengan kartu pra bayar merek lain mengingat begitu banyaknya kartu prabayar merek lain yang mempromosikan tarif yang lebih murah dibandingkan dengan tarif yang ditawarkan oleh kartu pra bayar Flexi Trendy.

3. PT. TELKOM Flexi harus menciptakan keadaan lingkungan yang lebih baik dengan memperkenalkan/mendekatkan ke konsumen, memperluas jaringan dan memperkuat penerimaan sinyal agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, karena konsumen jika merasa puas mereka akan menjadi pelanggan setia dalam waktu yang lama.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi/acuan untuk mengembangkan hasil penelitian yang sudah ada dengan menambah variabel-variabel yang di mungkinkan menjadi pengaruh terhadap keputusan konsumen.