

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tentang analisis faktor yang mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan internet Telkomsel, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan internet Telkomsel adalah sebagai berikut:
  - a. Faktor Sosial
  - b. Faktor Pribadi
  - c. Faktor Psikologis

Dan terdapat satu faktor yang tidak mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan internet Telkomsel yaitu, Faktor Budaya karena berdasarkan analisis faktor terdapat angka component rendah.

2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan internet Telkomsel adalah Faktor Psikologis dan Faktor Pribadi karena faktor ini memiliki total *eigenvalue* paling besar dari faktor-faktor yang mempengaruhi yakni sebesar 7.397 dengan *comulative* 49.313 yang didominasi oleh :
  - a. Mampu meningkatkan pengetahuan dalam memilih produk internet yang akan di beli.
  - b. Sesuai dengan kepribadian dan prinsip dalam memilih produk internet.
  - c. Menyesuaikan dengan gaya hidup di zaman modern sekarang ini.
  - d. Menyesuaikan dengan situasi ekonomi.

## 5.2 Implikasi Manajerial

1. Dilihat pada analisis di atas bahwa faktor yang mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan internet Telkomsel adalah sebagian besar dari Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis maka sangatlah penting untuk perkembangan perusahaan.
2. Prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh perusahaan Telkomsel agar tetap terus dipertahankan agar menambah pelanggan dari masyarakat yang membutuhkan produk internet Telkomsel.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai minat pelanggan dalam menggunakan internet Telkomsel dengan faktor lain.

