

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan iklan terhadap keputusan pembelian paket internet 4G Smartfren baik secara simultan maupun parsial. Berdasarkan pembahasan dan analisis data diatas maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet 4G Smartfren, maka penjualan akan terus meningkat. Semakin meningkat harga paket internet 4G Smartfren, maka semakin selektif keputusan pembelian oleh pelanggan. Indikator harga yang paling dominan adalah keterjangkauan harga apabila dibandingkan dengan indikator lainnya seperti kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat
2. Secara parsial, variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet 4G Smartfren, maka penjualan akan terus meningkat. Semakin banyak iklan paket internet 4G Smartfren, maka semakin meningkat keputusan pembelian oleh pelanggan. Indikator iklan yang paling dominan adalah kata-kata mudah diingat dan menarik apabila dibandingkan dengan indikator

lainnya seperti iklan memberikan pengaruh, iklan dapat menimbulkan keinginan, dan iklan memberi informasi

3. Secara bersama-sama atau simultan variabel harga dan iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet

4G Smartfren. Semakin meningkat harga dan iklan paket internet 4G Smartfren, maka semakin meningkat dan selektif keputusan pembelian oleh pelanggan. Indikator harga dan iklan yang paling dominan adalah perbandingan dengan produk lain apabila dibandingkan dengan indikator lainnya seperti kemantapan kualitas produk, perbandingan dengan produk lain dan keputusan pembelian ulang.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, berikut ini adalah implikasi manajerial:

1. Mengingat saat ini sedang terjadi pandemi *Covid-19* dan mengharuskan perusahaan mengeluarkan kebijakan 3 hari kerja dalam seminggu untuk karyawan, dan karyawan pun lebih banyak menghabiskan waktu dirumah daripada di tempat kerja, selain itu juga perusahaan mengeluarkan kebijakan pemotongan gaji kepada karyawan selama *Covid-19* ini, tak heran jika variabel harga memiliki

pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet 4G Smartfren, karena karyawan mempertimbangkan harga paket internet yang relatif murah dengan kuota internet yang cukup memadai.

Untuk itu, Smartfren harus mempertahankan harga yang relatif murah dengan kapasitas kuota internet yang cukup banyak, ditambah lagi dengan pandemi *Covid-19* ini, Smartfren harus bisa memanfaatkannya dari segi harga.

2. Mengingat saat ini sedang terjadi pandemi *Covid-19* dan mengharuskan perusahaan mengeluarkan kebijakan 3 hari kerja dalam seminggu untuk karyawan, dan karyawan pun lebih banyak menghabiskan waktu dirumah daripada di tempat kerja, maka karyawan akan lebih sering membuka sosial media dan televisi, tak heran jika variabel iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet 4G Smartfren.

Untuk itu smartfren harus mempertahankan strategi iklan yang sudah di lakukannya melalui media sosial maupun televisi, apalagi dibantu dengan *brand ambassador* nya yaitu Atta Halilintar yang merupakan Youtuber nomor 1 se-Asia.