

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta pembahasan dan analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian layanan internet Indosat Ooredoo di kalangan Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus 2 Bekasi. Artinya semakin baik atau tinggi kualitas produk yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen akan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian layanan internet Indosat Ooredoo di kalangan Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus 2 Bekasi.
2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara Harga terhadap Keputusan Pembelian internet Indosat Ooredoo di kalangan Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus 2 Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin murah dan terjangkau harga yang ditawarkan untuk konsumen akan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian layanan internet Indosat Ooredoo di kalangan Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus 2 Bekasi.
3. Terbukti bahwa variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian layanan internet Indosat Ooredoo di kalangan Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus 2 Bekasi.

5.2. Implikasi Manajerial

Implikasi yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, maka hendaknya perusahaan atau produsen terus berinovasi dan meningkatkan (*improve*) serta menjaga standar kualitas yang dimiliki agar perspektif konsumen tentang produk layanan internet Indosat Ooredoo tidak berubah atau semakin baik.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, maka hendaknya perusahaan atau produsen terus berinovasi dalam menawarkan (*make an offer*) harga produk yang dapat dijangkau, kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan serta kesesuaian harga produk dengan manfaat yang didapatkan dan melakukan potongan harga (*discount*) pada *event-event* tertentu agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk layanan internet Indosat Ooredoo dan perusahaan atau produsen mampu bersaing dengan kompetitornya.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian layanan internet Indosat Ooredoo. Dari hasil penelitian ini perusahaan atau produsen dapat mengetahui hal apa saja yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Perusahaan atau produsen hendaknya menyesuaikan antara kualitas produk dan harga layanan internet Indosat Ooredoo, sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk layanan internet berkualitas yang sesuai atau setara dengan biaya atau harga (*price*) yang dikeluarkan atau ditukarkan.