

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis, dan hasil penelitian sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Pecangaan”. Berdasarkan pada data yang sudah dikumpulkan dan pengujian yang sudah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Pecangaan. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan perusahaan maka banyak konsumen yang tertarik menggunakan produk indihome sehingga dapat terjadi keputusan pembelian.
2. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Pecangaan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan indihome maka pelanggan tersebut merasa nyaman menggunakan indihome dan melakukan keputusan pembelian.
3. Personal Selling memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Pecangaan. Artinya personal selling

yang dilakukan dengan baik dan gencar maka akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

4. Produk, Kualitas Pelayanan, dan Personal Selling memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Pecangaan. Artinya produk, kualitas pelayanan, dan personal selling secara bersama-sama sangat penting bagi perusahaan untuk selalu mengevaluasi terhadap kekurangan yang ada agar indihome selalu dicari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan diatas, berikut adalah saran yang dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih baik:

1. Bagi perusahaan PT. Telkom Pecangaan sebagai masukan dan sumbangan pikiran untuk mengupayakan peningkatan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat dijadikan perusahaan dalam membuat pertimbangan pada pengembangan strategi sesuai dengan kualitas yang mumpuni.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang belum sempat diteliti oleh peneliti sebelumnya. Hal tersebut didasarkan dengan hasil perolehan Adjusted R Square sebesar 51,6%