

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk layanan IndiHome di Kota Semarang pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis Uji hipotesis Parsial (Uji Statistik t)
  - a. Dari hasil analisis menunjukkan jika nilai t hitung pada variabel kualitas produk lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $4,470 > 1,985$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , artinya bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan kualitas produk layanan IndiHome yang ditawarkan oleh perusahaan semakin tinggi, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan produk jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang.
  - b. Dari hasil analisis menunjukkan jika nilai t hitung pada variabel harga lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $3,650 > 1,985$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , artinya bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan harga layanan Indi

- c. Home yang ditawarkan oleh perusahaan semakin bersaing dan terjangkau, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan produk jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang.
- d. Dari hasil analisis menunjukkan jika nilai t hitung pada variable promosi lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $3,203 > 1,985$ , dan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$ , artinya bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya promosi pada produk layanan IndiHome yang dilakukan perusahaan semakin menarik dan efektif, dapat meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan produk jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang.

## 2. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji Statistik F)

Dari hasil uji statistik F diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel ( $96,839 > 2,70$ ), dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), artinya bahwa kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa kualitas produk, harga, dan promosi layak digunakan untuk memprediksi variabel keputusan pembelian, sehingga dengan semakin tinggi kualitas produk, harga yang ditawarkan semakin terjangkau, serta promosi yang semakin efektif dan menarik akan dapat meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan produk jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang.

### 3. Hasil Koefisien Determinasi

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi dari nilai *Adjusted R Squared* sebesar 74,4%.

### 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dituliskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,506 + 0,302 X_1 + 0,293 X_2 + 0,242 X_3 + e$$

Hasil analisis diperoleh nilai konstanta sebesar 1,506 yang memiliki arah positif, nilai koefisien regresi kualitas produk ( $b_1$ ) sebesar 0,302 yang memiliki arah positif, nilai koefisien regresi harga ( $b_2$ ) sebesar 0,293 yang memiliki arah positif dan nilai koefisien regresi promosi ( $b_3$ ) sebesar 0,242 yang memiliki arah positif.

## 5.2 Saran

Dari hasil dari kesimpulan di atas, saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai pelengkap penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produk layanan IndiHome yang ditawarkan kepada masyarakat, mengingat masih banyak konsumen yang tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden. Oleh sebab itu, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, misalnya dengan meningkatkan keandalan produk dengan memperbaiki jaringan agar tidak sering mengalami eror atau kerusakan dalam jaringannya, perusahaan harus selalu sigap dalam mengatasi setiap

kerusakan yang dialami oleh konsumen sehingga tidak menunggu waktu yang cukup lama, dan perusahaan diharapkan meningkatkan layanan internet yang diberikan sehingga kualitasnya dapat terjaga.

2. Perusahaan harus dapat menetapkan harga layanan IndiHome dengan tepat, mengingat masih banyak konsumen yang memberikan tanggapan tidak setuju bahkan tanggapan sangat tidak setuju terhadap harga layanan IndiHome yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menawarkan harga yang tidak jauh lebih mahal dibandingkan pesaing yang ada saat ini dimana mereka lebih berani menawarkan harga yang jauh lebih murah dibanding layanan IndiHome, memberikan kualitas premium dari harga yang telah ditawarkan sehingga konsumen tidak akan kecewa setelah membayarkan uangnya untuk mendapatkan layanan IndiHome.
3. Perusahaan harus dapat meningkatkan promosi yang lebih menarik untuk dapat meningkatkan minat konsumen membeli layanan IndiHome, hal ini mengingat masih banyak yang memberikan tanggapan tidak setuju dan juga sangat tidak setuju, sehingga kegiatan promosi perlu ditingkatkan lagi. Perusahaan harus meningkatkan promosi penjualan melalui diskon harga, serta pemberian hadiah langsung bagi konsumen yang memasang layanan IndiHome, membuat iklan yang menarik dan lebih jelas mengenai layanan IndiHome secara rinci sehingga mampu menarik perhatian calon konsumen, menempatkan sales penjualan yang mampu berkomunikasi dengan baik, sehingga dapat membujuk konsumen melakukan pembelian, serta menjadikan hubungan baik dengan konsumennya melalui media sosial.