

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dikumpulkan mengenai pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Brand Awareness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Internet Smartfren pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan bahwa nilai t dari variabel *Brand Awareness* sebesar 5,143 lebih besar dari t tabel 1,986 dan memiliki taraf signifikansi $0,00 < 0,05$.
2. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Internet Smartfren pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan bahwa nilai t dari variabel *Brand Awareness* sebesar 5,156 lebih besar dari t tabel 1,986 dan memiliki taraf signifikansi $0,00 < 0,05$.
3. Hasil Penelitian ini menyatakan pengaruh *Brand Awareness* (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ditunjukkan dari

hasil analisis regresi linier berganda yaitu $Y : -0,56 + 0,495 X_1 + 0,394 X_2 + e$.

4. Hasil dari pengujian signifikansi secara simultan (uji F) *Brand Awareness* dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh. Dimana nilai signifikansi variabel independen pada taraf signifikan 0,05 adalah sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$ dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $382,731 > 3,10$. Dengan demikian semakin tinggi *Brand Awareness* dan Kualitas Produk maka akan semakin tinggi pula dampaknya terhadap keputusan Kartu Internet Smartfren pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh, begitupun sebaliknya.
5. Perhitungan determinasi (R^2) yang diperoleh dari olah data statistik sebesar 0,894. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh dari *Brand Awareness* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh adalah sebesar 89,4%. Sedangkan sisanya 10,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di kaji atau di teliti pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan peneliti selama melakukan penelitian pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh, maka peneliti memberi saran sebagai berikut :

1. Kepada Smartfren daerah Batang Beruh Kabupaten Dairi

Hasil dari pembagian angket kepada masyarakat Batang Beruh ditemukan bahwa terdapat dua indikator pada variabel bebas yang paling lemah yaitu : 1. Indikator Keandalan (skor 216,5) bahwa Smartfren pada Kelurahan Batang Beruh harus memaksimalkan Keandalan berupa kemampuan kartu Internet digunakan dalam berbagai kondisi cuaca dan berbagai tempat, untuk dapat meningkatkan Keputusan pembelian. Dan yang kedua 2. Indikator Kesuaian dengan spesifikasi (skor 215,5) bahwa Smartfren pada Kelurahan Batang Beruh harus memaksimalkan Kesesuaian dengan spesifikasi berupa apa yang ditawarkan harus sesuai dengan yang didapatkan dan diharapkan oleh konsumen, untuk dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

2. Kepada Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh, dimana dari hasil penelitian ini masih terdapat pengaruh faktor lainnya diluar variabel yang di teliti. Maka untuk itu peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan mendalam dengan menambah atau mengganti variabel bebas terhadap Keputusan Pembelian.