

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya hubungan sangat lemah dan searah (karena hasilnya positif) antar variabel kualitas pelayanan dengan harga. Hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan keputusan pembelian cukup kuat dan searah (karena hasilnya positif). Dan hubungan antara variabel harga dan pembelian sangat kuat dan searah (karena hasilnya positif).
2. Kualitas Pelayanan (X1) memiliki kontribusi yang positif terhadap pembelian (Y). Besarnya kontribusi kualitas pelayanan yang secara langsung berkontribusi terhadap pembelian adalah sebesar 9,7%. Berdasarkan temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “terdapat antara kualitas pelayanan dengan pembelian dapat diterima.
3. Harga (X2) memiliki kontribusi yang positif terhadap pembelian (Y). Besarnya kontribusi harga yang secara langsung berkontribusi terhadap pembelian adalah sebesar 9,4%. Berdasarkan temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “terdapat pengaruh antara harga dengan pembelian” dapat diterima.

4. Secara simultan kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berkontribusi terhadap pembelian (Y) sebesar 23,5% dan sisanya sebesar 76,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “terdapat pengaruh antara penggunaan kualitas pelayanan dan harga terhadap pembelian” dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian tampak bahwa kualitas pelayanan memiliki efek yang signifikan terhadap pembelian konsumen. Maka penting bagi Smartfren untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan demi menjaga kepercayaan konsumen dan mendapatkan loyalitas dari pelanggannya.
2. Berdasarkan hasil penelitian tampak bahwa harga memiliki efek yang signifikan terhadap pembelian konsumen. Maka penting bagi Smartfren untuk mempertahankan dan merancang penawaran harga yang lebih menarik lagi kepada konsumen tanpa menurunkan tingkat kualitas pelayanannya.
3. Berdasarkan hasil penelitian tampak bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki efek yang signifikan terhadap pembelian produk Smartfren pada mahasiswa jurusan manajemen Unimed. Meskipun demikian PT.

Smartfren Telecom Tbk perlu untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanannya dan memberikan penawaran harga yang lebih menarik karena Smartfren masih memiliki banyak pesaing besar seperti Telkomsel, dan Indosat.

4. Bagi peneliti lain yang tertarik meneliti tentang kualitas pelayanan dan harga diharapkan dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini dengan menambah beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, karena sebanyak 76,5 % pembelian konsumen terhadap produk Smartfren dipengaruhi oleh faktor lain diluar faktor kualitas pelayanan dan harga misalnya, iklan, merek, lokasi, dan lain-lain. Dan melihat hasil dari penelitian yang menyatakan bahwa adanya hubungan sangat lemah dan searah antar variabel kualitas pelayanan dengan harga yang artinya tidak selalu ada hubungan antara harga dengan kualitas pelayanan maka saran bagi peneliti lain yang ingin meneliti mengenai kedua variabel tersebut dapat menggunakan analisis berganda dalam penelitiannya. Dengan adanya kelanjutan dari penelitian ini diharapkan mampu mendapatkan hasil yang lebih signifikan mengenai pembelian konsumen terhadap produk Smartfren pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.