

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Berpindahnya Konsumen pada Penyedia Jasa Telepon Seluler Lain ke IM3 pada bab IV, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hubungan antara bauran pemasaran dengan berpindahnya konsumen pada penyedia jasa telepon seluler lain ke IM3 sangat kuat, signifikan, dan searah. Hubungan searah maksudnya ialah jika bauran pemasaran ditingkatkan maka berpindahnya konsumen pada penyedia jasa telepon seluler lain ke IM3 akan semakin meningkat juga. Selain itu melalui pengujian hipotesis, yang didasarkan pada hasil perhitungan diperoleh angka signifikansi sebesar 0.000. Angka $0.000 < 0.05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada pengaruh dari faktor – faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi konsumen untuk berpindah ke provider telepon seluler IM3.
2. Besarnya pengaruh faktor – faktor dari bauran pemasaran terhadap konsumen untuk berpindah ke provider telepon seluler IM3, digunakan angka R Square. Besarnya angka R Square dalam perhitungan ialah sebesar 78.1 %. Sedangkan sisanya, yaitu 21.9 % harus dijelaskan oleh faktor – faktor penyebab lainnya yang berasal dari luar model regresi ini.

5.2. SARAN

Penelitian yang penulis lakukan tidak terlepas dari beberapa keterbatasan. Diantaranya adalah penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap berpindahnya konsumen pada penyedia jasa telepon seluler lain ke IM3 ini hanya ditinjau dari faktor bauran pemasaran yang sifatnya umum yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

Tetapi sesungguhnya masih ada hal lain yang terkait dengan faktor bauran pemasaran seperti *people*. Hal ini dapat dilakukan penelitian di kantor pelayanan operator telepon seluler yang bersangkutan dengan memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan juga bisa berupa pembagian kuesioner kepada konsumen yang telah berkunjung ke tempat tersebut.

Bagi perusahaan yang bersangkutan, penulis ingin menyampaikan beberapa masukan yang mungkin dapat bermanfaat. Diantaranya hal utama yang dinilai oleh konsumen adalah tarif. Saran yang ingin penulis sampaikan adalah dengan tetap mempertahankan tarif yang murah dibandingkan dengan para pesaing, sehingga para konsumen tetap memberi kesan murah terhadap operator tersebut. Di samping itu, kemudahan pengisian pulsa harus ditingkatkan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Contohnya dengan pengisian pulsa secara online.