

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan oleh peneliti, bahwa responden yang menjawab pertanyaan kuesioner adalah sebanyak 291 orang, yang terbagi berdasarkan jenis kelamin. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 102 orang (35,1%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 189 orang (64,9%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 189 orang (64,9%).

Usia responden terbagi menjadi beberapa jenis usia. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 15-20 tahun sebanyak 56 orang (19,2%), 21-26 tahun sebanyak 214 orang (73,5%), >27 orang sebanyak 21 orang (7,2%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa usia responden terbanyak adalah usia 21-26 tahun sebanyak 214 orang (73,5%) karena responden dari penelitian ini mayoritasnya adalah mahasiswa.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa dari total 15 indikator yang diuji oleh peneliti, indikator-indikator yang dapat dikatakan valid adalah sebagai berikut:

Kualitas produk memiliki 5 indikator yang dapat di katakan valid yaitu X11, X12, X13, X14, X15 dengan masing-masing nilai .631/.670/.613/.764/.637. Sedangkan pada Harga memiliki 5 indikator yang dapat dikatakan valid yaitu X21, X22, X23, X24, X25 dengan masing-masing nilai .760/.522/.842/.842/.756.

Dan yang terakhir yaitu Keputusan pembelian memiliki 5 indikator yang dapat dikatakan valid yaitu Y11, Y12, Y13, Y14, Y15 dengan masing-masing nilai .557/.623/.819/.652/.764.

Untuk uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *alpha* instrument penelitian pada masing-masing dimensi lebih besar dari nilai yang ditentukan, yaitu sebesar 0,60. Maka, keseluruhan instrument kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel (dapat dipercaya) karena telah memenuhi syarat minimal yang telah ditentukan. Oleh karena itu seluruh variabel dinyatakan reliabel karena *alpha* dari setiap variabel yaitu Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian diatas 0,60.

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa interpretasi dari hasil dengan menggunakan cara ini secara keseluruhan, data memiliki distribusi normal karena memiliki nilai $\text{sig} > \alpha$ 0,005 yaitu $0,015 > 0,005$.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa interpretasi dari hasil ini adalah *Tolerance* Variabel Kualitas Produk sebesar 0.597 VIF sebesar 1.675, *Tolerance* Variabel Harga sebesar 0.597 VIF sebesar 1.675. Semua data variabel terbebas dari multikolinearitas karena memiliki *tolerance* 0,1 dan $\text{VIF} > 10$.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa interpretasi dari hasil ini adalah nilai tabel Durbin Watson sebesar 2.046. Nilai tersebut bila dibandingkan dengan nilai tabel Durbin Watson berada di antara nilai $dL = 1.76 < 2.046 < 4 - dU = 2.23$. Hal tersebut menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model ini.

Berdasarkan hasil uji outliers yang diperoleh dapat disimpulkan berdasarkan analisis dengan menggunakan SPSS 24 2018, didapatkan bahwa dari 291 responden terdapat 12 responden yang termasuk outliers sehingga perlu dikeluarkan dari daftar responden sebelum berlanjut ke analisis selanjutnya

Berdasarkan hasil uji analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, dari hasil ini dapat disimpulkan suatu persamaan yaitu $Y = 2.027 + 0.472 X_1 + 0.428 X_2 + e$

Arti persamaan diatas adalah:

A : 2.027 artinya jika variabel *Kualitas Produk dan Harga* sama dengan nol, maka nilai *Keputusan Pembelian* sama dengan 2.027

B1: 0.472 artinya jika nilai variabel *Kualitas Produk* meningkat sebesar satu satuan, maka variabel *Keputusan Pembelian* akan bertambah sebesar $0.472 + 2.027$

B2: 0.428 artinya jika nilai variabel *Harga* meningkat sebesar satu satuan, maka variabel *Keputusan Pembelian* akan bertambah sebesar $0.428 + 2.027$

Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa 63,2% variasi perubahan variabel *Kualitas Produk dan Harga* memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel *Keputusan Pembelian*, sedangkan 36,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Berdasarkan hasil uji t (statistik parsial) yang telah diperoleh bahwa variabel *Kualitas produk dan Harga* memiliki 0.000, artinya *Kualitas produk dan Harga* mempengaruhi *Keputusan pembelian* secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji f (uji simultan) yang telah diperoleh bahwa penelitian ini menunjukkan nilai sig sebesar $.000 < 0.05$ artinya Kualitas produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel mahasiswa yang menggunakan *provider* Simpati pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh mahasiswa di Kota Bandung sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara dengan beberapa mahasiswa (sampel) sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
3. Penelitian ini hanya meneliti peran Kualitas Produk dan Harga yang berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi Keputusan pembelian misalnya citra merek dan promosi. Hal ini didukung oleh penelitian menurut Evelina et al (2012) yaitu Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

5.3 Implikasi Penelitian

5.3.1 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat digunakan untuk referensi bagi peneliti selanjutnya dan sebagai ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan variabel Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

5.3.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan variabel Kualitas produk, Harga dan Keputusan pembelian telah diperoleh hasil yang signifikan bahwa Kualitas produk dan Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *Provider Simpati*.

Untuk memperpanjang siklus umur hidup perusahaan, maka perusahaan perlu memperhatikan lini produk perusahaan agar tetap relevan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, sekaligus memberikan value untuk pengalaman pelanggan. Produk yang berkualitas dan memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan, akan mampu menjaga eksistensinya di pasar.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Untuk perusahaan Telkomsel Simpati disarankan untuk menyusun strategi penawaran harga yang kompetitif, namun menarik. Strategi penawaran produk tersebut dapat dibuat beragam sesuai dengan ragam kelompok/segmen pelanggan yang dimilikinya sebagai relevan dengan kebutuhan dan keinginan setiap pasar sasaran.

Selain menyusun strategi harga, perusahaan Telkomsel Simpati disarankan untuk meningkatkan kualitas produk seperti layanan operator 24 gratis untuk keluhan, penambahan gerai Telkomsel 24 jam disetiap sub wilayah/ kantor pemasaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat memengaruhi Keputusan pembelian misalnya citra merek dan promosi. Hal ini didukung oleh penelitian menurut Evelina et al (2012) yaitu Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.

