

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh Variabel Independen terhadap Keputusan Penggunaan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh Variabel Independen yang meliputi Pendidikan (X_1), Motivasi (X_2), dan Promosi (X_3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (Pendidikan) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Penggunaan) dan dinyatakan signifikan, yaitu sebesar 0,0190 atau 1,90%.

Adapun pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 (Motivasi) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Penggunaan) dan dinyatakan signifikan, yaitu sebesar 0,1287 atau 12,87%.

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 (Promosi) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Penggunaan) dan dinyatakan signifikan, yaitu sebesar 0,2373 atau 15,38%.

Hal ini dapat dilihat dari analisis pengaruh simultan bahwa variabel X memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap variabel Y (Keputusan Penggunaan) sebesar 38,50% sedangkan sisanya sebesar 61,50% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati.

5.2 Saran

Untuk membantu perusahaan provider Simpati dalam melakukan pemasarannya dalam bidang pendidikan, sebab provider simpati lebih condong dipakai oleh orang yang memiliki tingkat pendidikan yang cukup baik, seperti yang kita lihat dalam pengujian SPSS yang telah dilakukan tingkat pendidikan mempunyai pengaruh dalam menentukan provider mana yang akan dituju atau digunakan oleh responden.

Dalam segi motivasinya juga provider Simpati harus dapat mengerti, apa sebenarnya motivasi responden atau konsumen dalam membeli provider Simpati. Sebab motivasi juga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan provider Simpati.

Dilihat dari segi promosi, provider Simpati sangatlah baik, sebab pemasaran adalah salah satu faktor yang paling tinggi hubungannya terhadap keputusan penggunaan provider Simpati. Sebab seperti kita ketahui promosi provider Simpati cukup baik dan dapat membuat masyarakat aware akan suatu provider Simpati. Jadi provider Simpati harus terus melakukan promosi untuk mengingatkan dan membuat masyarakat aware akan produk provider Simpati agar masyarakat atau konsumen