

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian IndiHome di Kota Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik penilaian yang dilakukan oleh konsumen kepada produk IndiHome atas keistimewaan serta kelebihan yang dimiliki IndiHome maka akan keputusan pembelian oleh konsumen IndiHome yang berasal dari Kota Semarang juga akan tinggi.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung lebih mungkin untuk memilih produk yang dihargai dengan harga yang mereka anggap sesuai dengan nilai yang mereka persepsikan dari produk tersebut. Harga yang dianggap sesuai atau memiliki hubungan yang baik dengan manfaat dan kualitas produk IndiHome maka akan keputusan pembelian oleh konsumen IndiHome di Kota Semarang akan tinggi.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X1) harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik penilaian yang dilakukan oleh konsumen kepada produk IndiHome atas keistimewaan serta kelebihan yang dimiliki IndiHome, dan

harga yang dianggap sesuai atau memiliki hubungan yang baik dengan manfaat dan kualitas produk dapat memicu dorongan positif untuk melakukan aktivitas pembelian provider IndiHome di Kota Semarang.

#### **4.2 Saran**

Berlandaskan kesimpulan yang telah diperoleh pada penelitian kali ini, selanjutnya akan mengajukan beberapa saran yang diberikan kepada perusahaan pertimbangan serta dalam peningkatan ataupun mempertahankan keputusan pembelian dari konsumen IndiHome di Kota Semarang sebagai berikut:

a) Saran untuk Perusahaan:

1. Dalam variabel kualitas produk terdapat indikator yang berada dibawah rata-rata yaitu kecepatan penanganan perbaikan dan kecepatan internet yang digunakan sesuai dengan yang ditawarkan. Saran yang diberikan kepada PT. Telkom adalah perusahaan perlu memperhatikan dan mempertimbangkan masukan dari konsumen terkait kualitas jaringan internet yang didapatkan saat berlangganan IndiHome, dimana responden menginginkan kecepatan jaringan sesuai dengan yang ditawarkan pada saat melakukan pembelian dan merespon cepat terhadap penanganan perbaikan IndiHome apabila mengalami gangguan. Lalu, berkaitan dengan variabel kualitas produk yang diberikan oleh IndiHome, pelanggan menyatakan bahwa kualitas produk IndiHome tergolong baik. Penelitian ini menyarankan agar pihak indihome melakukan pembaharuan perangkat *router* (modem) yang lebih modern dan canggih dengan teknologi terkini sehingga dapat meningkatkan kualitas kecepatan internet serta terkait adanya aduan penanganan perbaikan dapat

menyediakan *e-formulir* aduan yang dapat diakses 24jam serta disarankan untuk menggunakan teknologi ChatBot yang dapat terintegrasi dengan *frequently ask question* (FAQ) sehingga ketika konsumen mengadukan keluhannya, pelanggan hanya perlu menekan angka yang sesuai dengan topik permasalahan yang mereka alami sebagai langkah penindakan pertama dan untuk penggunaan *e-formulir* diharapkan dapat memberikan balasan kepada pelanggan kurang dari 3 hari kerja dan balasan dapat diberikan melalui nomor telepon atau whatsapp pelanggan agar pesan yang disampaikan dapat lebih terpersonalisasi serta nantinya dapat dilakukan langkah penanganan lanjutan melalaui saluran komunikasi lainnya seperti *call center*. Cara ini diharapkan dapat menjadi solusi guna meningkatkan kecepatan penanganan perbaikan gangguan IndiHome. Selain itu juga, dalam mengatasi gangguan koneksi internet juga dapat mengatasinya dengan menambah jaringan di area yang sering mengalami gangguan agar konsumen tetap berlangganan dengan provider IndiHome dan meningkatkan keputusan pembelian di berbagai tempat.

2. Dalam variabel harga terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu perbandingan harga pesaing. Pada indikator ini sebagian responden beranggapan harga dari provider Indihome tergolong mahal dibandingkan pesaing, hal tersebut dibuktikan dengan rendahnya skor pada indikator “perbandingan harga dengan pesaing”. Saran yang diberikan pada penelitian ini kepada PT. Telkom adalah perusahaan perlu lebih mengefisiensikan pengeluaran pada bidang infrastruktur perluasan jaringan agar dapat menekan

harga jual yang ditawarkan kepada konsumen. Kemudian, berkaitan dengan variabel harga yang ditetapkan oleh IndiHome, pelanggan menyatakan bahwa harga berlangganan IndiHome tergolong cukup namun sesuai dengan kualitas produk. Penelitian ini menyarankan agar pihak IndiHome memberikan informasi kelebihan dari IndiHome sehingga konsumen tidak ragu saat melakukan keputusan pembelian dengan harga yang lebih mahal dibandingkan produk pesaing.

b) Saran untuk peneliti selanjutnya:

1. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel kualitas produk, dan harga, untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Kemudian ditemukan hasil bahwa kualitas produk memiliki nilai  $R^2$  sebesar 37.6% terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya ditemukan hasil bahwa harga memiliki nilai  $R^2$  sebesar 45.8% terhadap keputusan pembelian. Sehingga disimpulkan bahwa kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak cukup untuk mengetahui keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Adapun saran untuk peneliti berikutnya adalah untuk dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian seperti persepsi harga dan promosi seperti contoh yang bisa dikutip dari penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad David Bagus Rahendra (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen First Media di Kota Tegal” yang menyatakan bahwa secara

terpisah variabel persepsi harga, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini memiliki tujuan untuk dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di masa depan.