

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan pengolahan data hasil koesioner mengenai pengaruh harga, citra merek, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket internet Telkomsel pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung. Karena walaupun harga yang di tawarkan oleh Telkomsel tidak tergolong murah tetapi kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan oleh para konsumen.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung. Karena Telkomsel sudah mempunyai citra tersendiri di hati para konsumennya karena selalu menjaga kualitas layanan yang di berikan sehingga membuatnya tetap eksis di kalangan masyarakat.

3. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung. Dalam kehidupan modern ini masyarakat membutuhkan koneksi internet yang lancar dan juga stabil untuk menemani kegiatan sehari-hari mereka seperti kegiatan sosial media dan game yang membutuhkan koneksi internet yang bagus sehingga masyarakat memilih menggunakan Telkomsel yang jaringannya bagus dan juga stabil sesuai dengan gaya hidup masyarakat sekarang.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung. Kualitas produk telkomsel sudah tidak diragukan lagi ini dibuktikan dari jaringan Telkomsel yang sudah mencapai hampir seluruh daerah di Indonesia dan sudah mencapai daerah-daerah terpencil, hal ini lah yang membuat para konsumen untuk lebih memilih menggunakan kartu Telkomsel.
5. Harga, citra merek, gaya hidup dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti akan memberikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan pemasaran suatu produk. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberi kontribusi kepada manajemen PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk untuk menentukan kebijakan dalam hal pemasaran produk kartu Telkomsel. Diharapkan manajemen mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produk, citra merek, harga dan gaya hidup agar selalu sesuai dengan perkembangan zaman dan tren pada saat itu.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya terutama pada tema yang sama dengan variabel yang berbeda. peneliti mengharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan atau menambah variabel berbeda seperti kualitas pelayanan, iklan, atau variabel lain yang lebih variatif dari variabel yang diteliti yaitu harga, citra merek, gaya hidup dan kualitas produk untuk lebih mengetahui faktor apa aja yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan juga kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.