BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis akan mengambil kesimpulan sesuai identifikasi masalah yang dicari sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

1. Tanggapan responden mengenai Saluran komunikasi personal di fakultas ekonomi UNIKOM Bandung mengenai internet speedy dari mulut ke mulut berkategori baik, begitupula saluran komunikasi personal di fakultas ekonomi UNIKOM Bandung melalui tatap muka langsung (*face to face*) berkategori baik. Dimana mereka menyatakan setuju bahwa komunikasi personal speedy baik.
2. Tanggapan responden mengenai Saluran komunikasi non personal di fakultas ekonomi UNIKOM Bandung mengenai internet speedy berkategori baik. Responden setuju bahwa melalui media cetak berkategori baik, responden pun setuju bahwa media penyiaran di fakultas ekonomi juga berkategori baik, melalui media elektronik pun berkategori baik, dan melalui media display menurut responden pun berkategori baik. Dimana mereka menyatakan setuju bahwa komunikasi non personal speedy baik.

3. Keputusan pembelian terhadap Internet speedy pada mahasiswa fakultas ekonomi UNIKOM Bandung termasuk pada kategori baik. Responden setuju dalam tingkat kebutuhannya akan internet speedy yang juga tinggi, mereka pun setuju bahwa untuk mendapat infomasi mengenai internet speedy dari keluarga, teman, tetangga, dan sumber rujukan lain yang mengenalkan pada mereka serta memilih internet speedy sebagai alternatif dalam membeli internet. Sehingga mereka pun yakin untuk memutuskan bahwa internet speedy adalah yang terbaik dan bersedia untuk berlangganan internet speedy.
4. Secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi personal dan komunikasi non personal terhadap keputusan pembelian internet speedy di fakultas ekonomi UNIKOM Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis mencoba memberiakn saran bagi perusahaan yang diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan mudah-mudahan berguna. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan diharapkan meningkatkan komunikasi personal dan non personal kepada konsumen. Lebih memfokuskan pada kemampuan konsumen.menjaga nama baik dan kualitas guna menghindari komunikasi personal (word of mouth) yang negative. Tampunglah keluhan-keluhan konsumen sekecil

apapun, beri konfirmasi dan perbaiki kekurangan. Rangsanglah konsumen agar menyebar informasi positif mengenai internet speedy kepada orang lain.

2. Komunikasi Non personal berpengaruh terhadap keputusan konsumen sehingga disarankan untuk lebih sering menayangkan iklan-iklan yang tujuanya menginformasi tentang keunggulan produk ataupun fasilitas lainya, hal tersebut bertujuan untuk menjaga kepuasan pelanggan.
3. Perusahaan hendaklah memperhatikan pelayanan pasaca penjualan seperti memberikan garansi dan pelayanan pelatihan aplikasi internet. Memberikan informasi yang jelas dan menarik. Memperluas distribusi pemasaran agar konsumen mudah mendaptkan informasi atau produk internet speedy. Perusahaan harus lebih memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan sehingga konsumen bersedia melakukan pembelian ulang.
4. Hubungan komunikasi personal dan komunikasi non personal dengan keputusan pembelian konsumen perlu mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari pihak speedy, sehingga komunikasi personal dan non personal dapat meningkatkan volume penjualan.