BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan data yang ada, mengenai Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap minat beli speedy (Studi Kasus Pada PT Telkom Indonesia Cabang Witel Jabar Selatan Sukabumi Periode Januari – Desember 2014), maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk pada PT Telkom Indonesia Cabang Witel Jabar Selatan Sukabumi secara rata-rata masuk ke dalam kriteria baik. Hal ini ditandai dengan mayoritas responden menjawab " Setuju " terhadap indicator daya tahan sebesar 40 responden atau 44,44% dan minoritas responden menjawab " Tidak Setuju " terhadap indicator kehandalan sebesar 5 responden atau 5,55%. Sehingga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan arah hubungan positif. Artinya semakin baik kestabilan produk speedy maka akan semakin baik minat beli konsumen.
2. Harga pada PT Telkom Indonesia Cabang Witel Jabar Selatan Sukabumi secara rata-rata masuk ke dalam kriteria baik.. Hal ini ditandai dengan mayoritas responden menjawab " Sangat Setuju " terhadap indicator kesesuaian harga dengan manfaat sebesar 57 responden atau 63,33% dan minoritas responden menjawab " Tidak Setuju " terhadap indicator daya saing harga sebesar 1 atau 1,11%%.Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan arah hubungan positif. Artinya semakin baik penetapan

harga speedy dengan kualitas maka akan semakin baik minat beli konsumen.

3. Minat beli pada PT Telkom Indonesia Cabang Witel Jabar Selatan Sukabumi secara rata-rata masuk ke dalam kriteria baik. Hal ini ditandai dengan mayoritas responden menjawab " Setuju " terhadap indicator minat transaksional dan minat refrensial sebesar 52 responden atau 57,77% dan minoritas responden menjawab " Tidak Setuju " terhadap indicator minat eksploratif sebesar 5 responden atau 5,55%. Minat beli berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan arah hubungan positif. Artinya semakin baik keingintahuan produk speedy maka akan semakin baik minat beli konsumen.
4. Dapat disimpulkan secara parsial bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Dengan variable kualitas produk berpengaruh sebesar 22,6% dan variabel harga berpengaruh sebesar 39,9% ,sehungga variable harga lebih berpengaruh dibandingkan kualitas produk, karena konsumen lebih mementingkan harga yang terjangkau dibandingkan kualitas untuk menunjang aktivitas konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan harus lebih memperhatikan tentang kehandalan produk speedy agar tidak terjadi gangguan pada saat speedy beroperasi, serta cepat dalam bertindak pada saat terjadi keluhan oleh sehingga konsumen merasa dperhatikan dan terpuaskan..
2. Bagi perusahaan disarankan untuk memperhatikan daya saing harga dalam penetepan harga lebih dikaji ulang sesuai dengan pendapatan masyarakat umumnya, sehingga harga yang di tetapkan dapat menembus semua lapisan, dan agar dapat meningkatkan minat beli speedy.
3. Bagi perusahaan disarankan untuk lebih meningkatkan minat eksploratif, sehingga rasa keingintahuan terhadap produk speedy ting serta akan meningkatkan minat beli produk speedy.
4. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel bebas lainnya selain dari variabel kualitas produk dan harga yang telah berpengaruh sebesar 62,5%, sehingga dapat mengetahui variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli.