

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai simpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam simpulan akan dibahas mengenai temuan – temuan penting apa saja yang ada dalam penelitian. Sedangkan saran akan berisi masukan yang berkaitan dengan variabel yang telah diteliti.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan – keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Jumlah responden belum bisa menggambarkan kondisi riil yang sesungguhnya.
2. Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen Smartfren USB MODEM dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu kualitas produk, harga, dan promosi sedangkan masih ada faktor lain yang mempengaruhi minat beli Smartfren USB MODEM.
3. Pada variabel kualitas dan harga, teori harus lebih diperkuat dan diarahkan kepada persepsi, sehingga pihak yang berkepentingan lebih paham dengan dasar penetapan setiap variabel penelitian yang ada.

## **A. Simpulan**

Dari hasil analisis data yang telah diuraikan dan dibahas pada bab sebelumnya dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan uji parsial dengan uji t didapatkan hasil bahwa ketiga variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini terlihat dari variabel kualitas produk yang memiliki nilai t hitung sebesar 3,299, variabel harga sebesar 3,327, dan variabel promosi sebesar 2,486, dimana semua variabel memiliki nilai t hitung  $>$  t tabel yang memiliki nilai 1,984. Disamping itu juga di dapat hasil dari uji F bahwa nilai F hitung lebih besar F tabel yaitu, F hitung (36,852)  $>$  F tabel (2,695). Hal ini berarti bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Hasil analisis koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa sebesar 52,1% variabel dependen yaitu minat beli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan promosi sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel independen yang telah disebutkan sebelumnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu:

Dalam era persaingan yang semakin hari semakin ketat Smartfren perlu memperhatikan kualitas produk mereka. Modem Smartfren dituntut setiap saat untuk dapat menjaga atau bahkan meningkatkan kualitas produknya karena akan terus bermunculan produk sejenis yang setiap saat akan merebut pangsa pasar Modem Smartfren. Dengan mutu dan kualitas yang bertahan baik maka produk akan bertahan lama di pasaran.

2. Dengan diperolehnya pengaruh harga terhadap minat beli, maka saran yang berkaitan dengan harga dalam hal ini adalah :

Menjaga tingkat harga yang telah terbentuk dengan cara selalu menjaga kestabilan antara harga produk dengan harga produk yang dimiliki para pesaing. Tidak lupa juga untuk memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang ada agar kepercayaan konsumen tetap ada pada produk Smartfren USB MODEM.

3. Dari hasil penelitian diperoleh variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat beli, maka saran yang berkaitan adalah :

Selain itu perusahaan harus lebih meningkatkan program promosi agar kegiatan promosi yang dilakukan lebih efektif dan efisien dalam menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya. Promosi yang interaktif, bervariasi, dan promo yang menarik bisa meningkatkan minat beli konsumen terhadap Smartfren USB MODEM.