

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *diferensiasi produk* dan harga terhadap keputusan pembelian pada operator Telkomsel di *Counter Gilang Cell* . telah dilakukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari hasil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Diferensiasi produk pada provider Telkomsel menurut konsumen di *Counter Gilang Cell* memperoleh nilai rata rata sebesar 361 dengan kriteria tinggi.
- 2) Harga pada provider Telkomsel menurut konsumen di *Counter Gilang Cell* memperoleh nilai rata rata sebesar 348 dengan kriteria tinggi.
- 3) Keputusan pembelian pada pada provider Telkomsel menurut konsumen di *Counter Gilang Cell* memperoleh nilai rata-rata sebesar 361 dengan kriteria tinggi.
- 4) Diferensiasi produk secara parsial diketahui  $t_{hitung} (2,589) > t_{tabel} (1,985)$  serta signifikasi diperoleh  $(0,011) < \alpha (0,05)$ , maka secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada provider Telkomsel di *Counter Gilang Cell*.
- 5) Harga secara parsial diketahui  $t_{hitung} (9,125) > t_{tabel} (1,985)$  serta signifikansi yang diperoleh adalah  $(0,000) < \alpha (0,05)$ , maka secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada provider Telkomsel di *Counter Gilang Cell*.
- 6) Diferensiasi produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada provider Telkomsel di *Counter Gilang Cell*. Diferensiasi prodak dan harga mempunyai pengaruh bersama-sama sebesar 72,1% terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *diferensiasi produk* dan harga terhadap keputusan pembelian pada provider telkomsel di *Counter Gilang Cell* maka dapat diambil saran sebagai berikut:

### 5.2.1 Bagi provider Telkomsel di *Counter Gilang Cell*

- 1) *Diferensiasi produk* pada indikator rancangan dimana menunjukkan skor nilai terendah sebesar 310. dalam pertanyaan kuesioner nya yaitu provider Telkomsel memiliki expired kartu yang lama, maka telkomsel haruslah meningkatkan atau memperpanjang masa expired kartu agar keputusan pembelian semakin banyak.
- 2) Harga pada indikator keterjangkauan dimana menunjukkan skor nilai sebesar terendah 305 dengan item pertanyaan harga pada provider Telkomsel terjangkau, Dalam pernyataan tersebut menunjukkan bahwa responden masih banyak yang kurang setuju bahwa harga yang ditawarkan telkomsel itu mahal, maka telkomsel haruslah mempertimbangkan dalam segi harga.
- 3) Keputusan pembelian pada dengan indikator pembayaran digital dan pada pertanyaan saya membeli produk Telkomsel menggunakan pembayaran digital dimana pada tabel menunjukan skor nilai terendah sebesar 294, dalam hal ini menunjukkan bahwa konsumen pada *Counter Gilang Cell* rata rata melakukan pembayaran cash dibandingkan digital.
- 4) Terdapat pengaruh simultan dari pengaruh *diferensiasi produk* dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 72,1% sedangkan 27,9% dipengaruhi oleh faktor luar. Maka variabel lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, layout, promosi dan lain sebagainya dapat menjadi pengaruh lain yang dapat meningkatkan terjadinya keputusan pembelian

### 5.2.2 Bagi Peneliti

Saran bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini untuk mengetahui dampak lainnya. Karena penelitian ini hanya sebatas pada

variabel X yaitu diferensiasi produk dan harga serta pada variable Y yaitu keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lain yang lebih kompleks seperti brand image, word of mouth, citra merek, serta pada variabel Y nya dapat mengambil variabel seperti kepuasan pelanggan , loyalitas pelanggan dan lain sebagainya yang tidak di teliti pada penelitian ini.

