

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Menurut anggota Fatayat dan Muslimat NU Anak Cabang Prambon Nganjuk, mereka setuju bahwa paket data Indosat Ooredoo memiliki harga yang terjangkau, harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk, harga dapat bersaing dengan provider lain, dan harga sesuai dengan manfaat yang diberikan.
2. Menurut anggota Fatayat dan Muslimat NU Anak Cabang Prambon Nganjuk, keputusan pembelian terhadap paket data Indosat Ooredoo yaitu didasarkan pada harga. Hal tersebut dikarenakan, harga paket data Indosat Ooredoo sesuai dengan kebutuhan mereka, lebih murah dari pada harga paker data provider lain, dan merasa puas terhadap harga dengan kualitas yang diberikan.
3. Berdasarkan uji hipotesis yaitu melalui uji F dapat diketahui bahwa, nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 190,963 > 3,90$, yang berarti bahwa harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Melalui uji T dapat diketahui bahwa, nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.599 > 1,974$, yang berarti variabel *independent* (Harga) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* (Keputusan Pembelian). Selain itu, nilai Sig. variabel harga (X) sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang nyata atau signifikan antara variabel harga (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

B. SARAN

1. Pihak Indosat Ooredoo

Saran yang diberikan kepada Indosat Ooredoo yaitu agar senantiasa mempertahankan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat, Karena, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada korelasi kuat antara harga dan keputusan pembelian. Diharapkan dengan memperhatikan harga paket data Indosat Ooredoo, penjualan semakin meningkat.

2. Peneliti dan Masyarakat

Peneliti merasa bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka saran untuk penelitian kedepan diharapkan dapat lebih maksimal lagi. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi masyarakat, terutama mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan dapat menjadi bahan untuk mengembangkan penelitian berikutnya.