

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa harga Kartu Prabayar IM3 menurut siswa-siswi MAN 4 Madiun tergolong murah, yakni mengacu pengklasifikasikan dan pengkategorian ditentukan pada tabel 4.11 sebesar 79%.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa promosi Kartu Prabayar IM3 menurut siswa-siswi MAN 4 Madiun tergolong cukup banyak, yakni mengacu pada pengklasifikasian dan pengkategorian ditentukan pada tabel 4.12 sebesar 63%.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian terhadap harga dan promosi Kartu Prabayar IM3 menurut siswa-siswi MAN 4 Madiun tergolong sangat tinggi, yakni mengacu pada pengklasifikasian dan pengkategorian ditentukan pada tabel 4.14 sebesar 64%.
4. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) kartu prabayar IM3 pada siswa-siswi MAN 4 Madiun. Nilai uji korelasi *pearson*

sebesar 0,634 dan nilai signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji nilai  $t_{hitung}=8,702 > t_{tabel}=1,65251$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima.

5. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel promosi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) kartu prabayar IM3 pada siswa-siswi MAN 4 Madiun. Hasil nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,520 dengan signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan sedang. Serta hasil uji Hubungan promosi terhadap keputusan pembelian berada pada rentang nilai antara 0,40-0,70 yang berarti hubungan promosi dan keputusan pembelian tergolong sedang. Ini ditunjukkan pada tabel 4.17 dengan jumlah 0,520. Dan berdasarkan hasil perhitungan uji  $t_{hitung}=5148 > t_{tabel}=1,65251$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_{a2}$  diterima.
6. Variabel harga (X1) dan promosi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) kartu prabayar IM3 pada siswa-siswi MAN 4 Madiun. Nilai uji pada analisis korelasi berganda sebesar 0,473 dengan signifikansi *F change* 0,000 artinya berkorelasi kuat. Hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung}=88,290 > F_{tabel}=3,04$  dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka  $H_0$  di tolak dan  $H_{a3}$  diterima. Sehingga hipotesis yang ketiga berbunyi “Terdapat pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 pada siswa-siswi MAN 4 Madiun” adalah terbukti kebenarannya.

Sedangkan  $R^2$  ditemukan hasil 0,688 artinya besarnya pengaruh variabel harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 68,8%. Sedangkan sisanya 31,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu produk dan tempat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut :

### **1. Bagi Kartu Prabayar IM3**

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel harga termasuk dalam kategori murah dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan variabel promosi termasuk dalam kategori cukup banyak dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Maka, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk terus menjaga dan mengatur kestabilan harga kartu prabayar IM3 dan semakin memperbanyak promosi-promosi pada kartu prabayar IM3 sehingga para konsumen juga akan melakukan pembelian ulang pada kartu prabayar IM3.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 79% dan

pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 63%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.