

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kartu Indosat Ooredoo menurut Mahasiswa Ekonomi Syariah 2015 IAIN Kediri tergolong baik, yakni mengacu pengklasifikasian dan pengkategorian ditentukan pada tabel 5.1 sebesar 24,5%.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian terhadap kartu Indosat Ooredoo menurut Mahasiswa Ekonomi Syariah 2015 IAIN Kediri tergolong baik, yakni mengacu pada pengklasifikasian dan pengkategorian ditentukan pada tabel 5.2 sebesar 27,2%..
3. Hubungan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian tergolong pada 0,60-0,799 yang berarti hubungan persepsi dan keputusan pembelian tergolong kuat. Ini ditunjukkan pada table 4.15 dengan jumlah 0,710. Dan berdasarkan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 16,0 terdapat pengaruh signifikan antara persepsi dengan keputusan pembelian yaitu sebesar 6,665 dengan nilai signifikan 0,000. Berdasarkan tabel 4.20 di atas menunjukkan bahwa nilai R^2 (*R Square*) yaitu sebesar 0,504. Hal ini berarti 50,4 % keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh persepsi, sedangkan

sisanya yaitu 49,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi maupun faktor lain dari psikologis.

B. Saran

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

1. Bagi perusahaan Indosat Ooredoo

Persepsi responden terhadap kartu Indosat Ooredoo secara umum dapat dikatakan baik. Perusahaan diharapkan dapat terus berinovasi dan menjaga kualitas jasa pelayanan kartu Indosat Ooredoo sesuai harga yang ditetapkan dalam mempertahankan citra merek dan citra dari perusahaan guna menjaga persepsi konsumen. Karena dengan adanya persepsi konsumen yang baik terhadap suatu produk keputusan pembelian konsumen akan semakin naik dan konsumen dapat loyal terhadap kartu Indosat Ooredoo. Selain itu, perusahaan diharapkan menciptakan penawaran-penawaran yang sesuai dengan perkembangan zaman dan terus mengupdate entah itu dari paket internet, *sms*, ataupun paket telpon dengan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan misalkan jangkauan sinyal, koneksi internet dll. Selain itu, perusahaan Indosat Ooredoo diharapkan menampilkan iklan yang menarik agar konsumen lebih yakin dan akan menggunakan kartu Indosat Ooredoo.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan memperluas responden tidak hanya pada IAIN Kediri saja, tetapi dapat memperluas sampel pada wilayah yang lain sehingga daya generalisasi hasil penelitian dapat diperbesar. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.