

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

- 1) Persepsi konsumen tentang Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel adalah **baik**. Hal ini didasarkan pada hasil analisis deskriptif yang dilakukan terhadap keseluruhan variabel dimana rata-rata kategori persepsi responden terhadap kualitas produk adalah 77,21, variabel harga dengan rata-rata 76,98, variabel promosi dengan rata-rata 77,33, dan variabel keputusan pembelian dengan rata-rata 77,49. Berdasarkan Levis 4 variabel ini masuk dalam kategori **baik**.
- 2) Secara parsial, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel. Hal ini dibuktikan dari hasil uji statistik secara parsial (uji t) untuk variabel kualitas produk (X1) yang menunjukkan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0,05 (5%) yang artinya kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan nilai signifikansi variabel harga (X2) adalah sebesar 0,353 lebih besar dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0,05 (5%), yang artinya variabel harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel dan promosi (X3) adalah sebesar 0,000 atau kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0,05 (5%),

yang artinya variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel.

- 3) Secara simultan variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kartu telkomsel. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dimana diperoleh nilai F hitung sebesar 218,451 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0,05 (5%). Dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh besaran pengaruh variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel adalah sebesar sebesar 85,9%. Sedangkan 14,1% lainnya, dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, serta kesimpulan, sehingga saran yang dapat diberikan, sebagai berikut:

1. Telkomsel diharapkan perlu memperhatikan kualitas produk dengan cara memperhatikan kelengkapan produk dengan memperbanyak varian produk agar menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Telkomsel perlu memperhatikan harga agar dapat berpengaruh terhadap penjualannya.
3. Telkomsel perlu meningkatkan dan memperbaiki promosi dengan memanfaatkan media yang digunakan sebagai sasaran promosi seperti,

memanfaatkan media cetak dan sering melakukan undian bagi para konsumennya agar melakukan keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku-Buku:

- Abadi, T. Choiriyah, I. Sukmana, H. and Kurniawan, M. 2018. Factors Affecting of Lifes Happiness.n Proceedings of the Annual Conference on Social Sciences and Humanities (ANCOSH 2018) Revitalization of Local Wisdom in Global and Competitive Era, Pages 41-45. SCITEPREES – Science and Technology Publications, Ldo.
- Adrian, Payne. 2014. Pemasaran Jasa; The Essence of Service Marketing. Andi, Yogyakarta.
- Aksan, Hermawan. (2014). Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- A. M, Morissan. 2010. *Perilaku Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Arief Rakhman Kurniawan. 2020. Menjadi Manajer dan Superior Itu Ada Ilmunya. Jakarta: Penerbit Anak Hebat Indonesia.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-dasar Pemasarn*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri. S. 2015. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Baker, Sarah. 2010. *Sustainable Development*. Routledge. New York.
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. “Manajemen Pemasaran Modern”. Edisi kedua. Cetakan ke sebelas. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung. Buchari Alma, 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Danang Sunyoto. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (*Centra of Academic Publishing Servive*).
- Daryanto. (2014). Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2013. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

- Engel. James. F. Roger. D. Black Well And Paul. W. Miniard, 1995. *Pengertian Perilaku Konsumen*. Jakarta. Bina Rupa Aksara.
- Engel, F. James & Blackwell, Roger. D & Miniard, Paul. W. (2011). *Perilaku Konsumen*, Jilid satu, Penerbit Binarupa Akasara, Jakarta.
- Fadil, Zaki dan Utama, priyo.2015. Teknik Marketing Itu Mudah. Yogyakarta: Second Hope.
- Fandy, Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*.Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- 2014. *Service, Quality & Satisfaction*.Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi.
- Fadil, Zaki dan Utama, Priyo.2015. Teknik Marketing Itu Mudah. Yogyakarta: Second hope.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 2019. Aplikasi Analisis Multivariete. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan, Asep dan Husa Leila Yusran. 2017. Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif. Depok: Kencana.
- James F. Engel (1994), *pengertian perilaku konsumen, dalam buku Perilaku Konsumen*, Edisi 6: Jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta (2009). Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta.
- (2010). Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- (2010). *Principles of Marketing*.Edisi 13. United States of America: Pearson.

- (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- (2016). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- (2016). *Marketing Manajemen* Edisi 14, New Jersey: Prentice-Itall Published.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong, 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan Jilid 1, PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke12. Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Erlangga.
- Levis, L. R. (2013). *Metode Penelitian Perilaku Petani*. Yogyakarta: Ledalero.
- Nirwana, (2012) *Pemasaran Jasa*, Penerbit Alta, Jakarta.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhanllindo, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2010). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyono, & Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*. Vol.8, No. 2. Edisi Juni 2016, 101.

- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shiffman, Leon. G. dan Leslie Lazar kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Sopiah, Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. (D. Prabantini, Ed). (Ed. 1). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

### **Jurnal:**

- Abdurrahman Fauzi Bachmid, Aljje L. Tumbel, Jopie Jorie Rotinsulu. 2016. Analisis Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel 4G LTE Di Manado (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas SAM Ratulangi). *Jurnal EMBA*, Vol. 4 No. 4 September 2016, Hal 1209-1219.
- A.D Selang Cristian, 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh MartBahu Mall Manado*. Dalam *Jurnal Emba*, Vol 1 No. 3 Juni.
- Daniel I Nyoman Renatha Cardia, I Wayan Santika, Ni Nyoman Rsi Respati. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap

Loyalitas Pelanggan. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No 11, 2019: Hal. 6762-6781.

Erni Fitriani, Mulya Rafika, Syahrul Budiman. 2021. Pengaruh Harga Dan Kualitas Jaringan Terhadap Keputusan pengguna Kartu Tri (Studi Kasus Pada Konsumen Kartu Tri Di Desa Sipare-Pare Tengah). Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 03, No. 02, September, Hal. 18-27.

Eka Fitriana, Rahman dan Sahrun. 2018. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Halu Oleo Kendari. Jurnal BUSINESS UHO: Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 03, No. 01, Januari 2018, Hal. 16-24.

Jayanti, Ratna Dwi. 2015. "Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online". Jurnal EKSIS, Vol. X, No. 1, April 2015.

Selang (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3, Juni 2013, Hal.71-80.

Tanbajong, Geraldly. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Jurnal EMBA, Vol. 01, No. 03, Hal. 1291-1301

Wizdan Choiriyah. 2018. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Jaringan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNY Kampus Wates Yang Menggunakan Kartu Internet Indosat). Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis, Vol. 1, No. 2, December 2018, Hal.47-57.

### **Skripsi:**

Ade Irma Novia. 2019. Pengaruh Harga Dan Kualitas Jaringan Terhadap Minat Beli Perdana Internet Tri (3) Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo.

Ahmad Riza Siregar. 2018. Pengaruh Harga, Kepuasan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara.

Ainun Sakinah. 2021. Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmen Milenial Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Internet Di Kota Makassar.



- Aprillia Bunga Cindy. 2017. Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ayu Vidya Nadyakarina. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Mcdonald Epicentrum Plaza Festival).
- Bimantara, Bintang, Pamungkas. 2021. Pengaruh Harga paket Kuota Internet, Promosi, Dan Kualitas Jaringan Internet Terhadap Keputusan Pembelian Karu Perdana Internet.
- Candra Eti Adriani. 2020. Pengaruh Harga Paket Internet Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.
- Danik. 2017. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Paket Data Internet (Studi Kasus Pada Masyarakat Klaci 3 Margoluwih Seyegan Sleman Yogyakarta).
- Devita Sari, Nela. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap kepuasan Konsumen Pada Indomaret di Desa Wringinanom Kabupaten Gresik.
- Desi Kristina Manalu. 2021. Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi Harga, dan Promosi Kartu Perdana Internet Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Covid-19 (Studi Kasus Di Humbang Hasundutan).
- Fransiscus Verius Vebrianto. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Melalui Media Sosial di Yogyakarta.
- Jon Carlos Wora. 2017. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo.
- Meina, Nur Arisanti. 2009. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas pelayanan Pada Grapari Telkomsel Solo.
- Putra, Giardo Permadi, Zainul Arifin dan Sunarti. 2017. pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data kampus).

Sonny Suwinto. 2018. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kampong Steak Tidar Surabaya.

Waode (2014). Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Mahasiswa Fakultas ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Yyun Sukmawati H. 2012. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Solo Paragon Mall.

**Website:**

<https://accurate.id/marketing-manajemen/kualitas-produk-adalah/> (diakses tanggal 21 juni 2022, jam 17.51)