

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah dijelaskan sebelumnya maka penulis dapat mengambil kesimpulan mengenai Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk pada produk XL Axiata tergolong sangat baik pada sisi *Aesthetic* dikarenakan desain logo dan juga desain kemasan pada produk tersebut mudah diingat dan menarik perhatian para konsumen. Selain dari desain, kualitas XL Axiata juga dapat dikatakan baik hal tersebut dapat dilihat dari kecepatan dan kestabilan saat pengguna operator XL Axiata menggunakan produk tersebut. Dapat dikatakan cepat dikarenakan saat konsumen menggunakan untuk menelpon dan pengiriman sms tidak tersendat. Dan dapat dikatakan stabil saat operator seluler tersebut dibawa ke luar daerah jaringan 3G masih dapat digunakan.

Kemudian untuk hasil dari penelitian keputusan pembelian menunjukan bahwa keputusan pembelian operator seluler XL Axiata tergolong tinggi pada sisi evaluasi alternatif berdasarkan dengan kesesuaian yang diharapkan oleh konsumen saat membeli suatu operator seluler. XL Axiata menawarkan harga dan paket kuota yang sesuai dengan kemampuan

konsumen sehingga konsumen memiliki niatan untuk membeli produk operator seluler XL Axiata.

2. Hasil penelitian statistik menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,476 atau 47,6%. Sedangkan sisanya yang berjumlah 52,4% yang artinya terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti minat beli, loyalitas dan harga.

B. Saran

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat tidak perlu merasa ragu lagi dalam menggunakan operator seluler XL Axiata karena berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan masih tergolong baik, cepat dan stabil dalam penggunaannya. Oleh karena itu peneliti mengharapkan agar yang belum menggunakan XL Axiata segera menggunakan operator seluler XL Axiata dan bagi yang sudah menggunakan agar tidak beralih ke operator seluler lainnya.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti tentang keputusan pembelian diharapkan untuk menambahkan variabel lainnya seperti harga, loyalitas pelanggan dan minat beli