

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, maka penulis mendapat beberapa kesimpulan, yakni sebagai berikut :

1. Variabel harga paket (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa t_{hitung} untuk harga paket (X_1) = 3,246 > t_{tabel} 2.01290 dan nilai signifikansi = 0.001 < 0.05, dan nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0.355.
2. Variabel kualitas jaringan (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai t_{hitung} untuk kualitas jaringan (X_2) = 3,060 > t_{tabel} 2.01290 dan nilai signifikansi = 0.004 < 0.05, dan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0.262.
3. Variabel promosi (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai t_{hitung} untuk

promosi(X_3) = 4,285 > t_{tabel} 2.01290 dan nilai signifikansi = 0.000 < 0.05, dan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0.316.

4. Hasil uji f menunjukkan bahwa f_{hitung} yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 40,715 > $f_{\text{tabel}} = 2,80$ dan nilai signifikansi 0.000 < 0.05, maka kesimpulannya variabel bebas yakni harga paket, kualitas jaringan, dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.
5. Persentase sumbangan pengaruh harga paket, kualitas jaringan, dan promosi terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan diperolehnya koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,726 atau 72,6%. Jadi dapat dikatakan bahwa 72,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga paket, kualitas jaringan, dan promosi. Sedangkan sisanya sebesar 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi konsumen khususnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam melakukan keputusan pembelian kartu perdana provider, diharapkan lebih teliti dalam memilih kartu perdana provider yang ditawarkan. Sudah seharusnya menjadi konsumen yang cerdas dan sadar serta paham mengenai hak-haknya yang harus diterima bukannya mudah tergiur dengan harga yang

murah, sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang dapat merugikan dikemudian hari.

2. Bagi peneliti selanjutnya hendaklah meneliti faktor-faktor lainnya yang menyebabkan keputusan pembelian, yang belum dibahas dalam penelitian ini dengan berbagai aspek-aspek di dalamnya, sehingga dapat memperkuat pembahasan mengenai permasalahan pada keputusan pembelian.