BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan atribut performance terhadap keputusan pembelian konsumen di Telkom Flexi di Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik performance Telkom Fleksi maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut fitur tambahan dengan keputusan pembelian konsumen di Telkom Flexi di Yogyakarta. Hal ini berarti semakin baik fitur tambahan yang terdapat pada Telkom Flexi maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut keandalan terhadap keputusan pembelian konsumen di Telkom Flexi di Yogyakarta. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat keandalan sebuah produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut kesesuaian dengan spesifikasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Telkom Flexi di Yogyakarta. Hal ini berarti produk yang semakin baik kesesuian dan spesifikasi maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut daya tahan dengan keputusan pembelian konsumen di Telkom Flexi di Yogyakarta. Hal ini

berarti semakin tinggi daya tahan produk maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

6. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan atribut Serviceability dan atribut estetika terhadap keputusan pembelian pada produk Telkom Fleksi. Hal ini berarti keputusan pembelian konsumen terhadap produk Telkom Flexi tidak mempertimbangkan adanya serviceability dan estetika tetapi lebih mempertimbangkan pada performance, fitur tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan daya tahan produk.
7. Diantara faktor-faktor yang mempengaruh keputusan pembelian konsumen di Telkom Flexi di Yogyakarta, atribut kehandalan merupakan faktor yang paling dominan berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Melihat analisis dan kesimpulan yang didapat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak PT. Telkom Yogyakarta sebagai bahan pertimbangan yang menentukan kebijaksanaan sebagai berikut :

a. Terlihat bahwa atribut *Performance* merupakan atribut yang dinilai paling rendah olch konsumen namun berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka sebaiknya perusahaan lebih dapat meningkatkan kualitas pada atribut *Performance*. Banyaknya fasilitas MMS yang masih sulit digunakan, atau laporan terhadap SMS yang selama ini tidak ada membuat konsumen ragu apakah pesan yang disampaikan sudah sampai di tempat yang dituju atau belum. Kedua

sistem ini sebaiknya perlu dibenahi sehingga keakuratan system dapat dirasakan oleh konsumen.

b. Variabel keandalan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, untuk itu sebaiknya peningkatan kualitas produk harus diprioritaskan pada keandalan produk. Misalnya meningkatkan kemampuan akses yang masih dirasakan belum stabil dimana pada suatu saat mudah konek, tapi pada waktu tertentu sulit dihubungi atau menghubungi. Langkah yang dilakukan adalah memperlebar system jaringan yang ada sehingga begitu ada penggunaan yang bersamaan system yang terjadi tidak error.