

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan maka diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan jawaban dari permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Secara umum kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kartu prabayar telkomsel simpati di kota padang.
2. Iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu prabayar telkomsel simpati di kota padang.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu prabayar telkomsel simpati di kota padang.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki sejumlah kekurangan dan kelemahan yang disebabkan oleh adanya keterbatasan yang penelitian rasakan selama penelitian ini. Secara umum keterbatasan yang peneliti rasakan adalah:

1. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini relatif kecil sehingga mempengaruhi ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
2. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian kurang bervariasi lebih didominasi mahasiswa yang berasal dari universitas

tertentu, sehingga mempengaruhi ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh saat ini.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang memperlihatkan kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel citra merek indikator yang memiliki TCR terendah yaitu merek simpati menyediakan solusi bagi ekspektasi saya. Oleh karena itu disarankan kepada pihak kartu prabayar telkomsel simpati untuk lebih meningkatkan citra merek supaya mahasiswa lebih puas ketika memakai kartu prabayar telkomsel simpati karena berdasarkan pengalaman mahasiswa setelah memakai kartu prabayar telkomsel simpati masih terdapat beberapa kekurangan dari segi citra merek oleh karena itu diharapkan kepada perusahaan merasa nyaman memakai kartu prabayar telkomsel simpati.
2. Pada variabel iklan, indikator yang memiliki nilai TCR terendah yaitu iklan pengingat. Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan iklan dalam mengingat kartu simpati kurang memiliki daya tarik dan kurang kurang dimengerti dengan jelas oleh responden. Oleh sebab itu pihak telkomsel untuk kartu simpati sebaiknya dapat melakukan penyampaian yang lebih jelas serta meningkatkan daya tarik iklan tersebut sehingga mahasiswa tertarik memilih kartu prabayar telkomsel simpati dalam keputusan pembelian.

3. Pada variabel harga, indikator yang memiliki nilai TCR terendah yaitu keterjangkauan harga. Oleh karena itu disarankan kepada pihak telkomsel untuk kartu simpati agar dapat menyesuaikan keterjangkauan harga dengan manfaat yang diperoleh mahasiswa. Dengan demikian terjangkau harga yang diberikan serta tinggi manfaat yang diperoleh maka akan menjadikan mahasiswa lebih memilih kartu simpati dalam keputusan pembeliannya.
4. Pada variabel keputusan pembelian indikator yang memiliki nilai TCR terendah adalah Sebelum saya memutuskan memilih kartu prabayar telkomsel simpati saya mencari informasi terlebih dahulu. Oleh karena itu disarankan kepada pihak telkomsel simpati untuk lebih memperhatikan kebutuhan mahasiswa karena ketika mahasiswa telah memutuskan untuk membeli kartu prabayar telkomsel simpati dan kemudian menemukan suatu kekurangan dari produk yang ditawarkan maka hal tersebut akan membuat mahasiswa beralih ke produk pesaing dan oleh sebab itu diharapkan perusahaan untuk lebih memperhatikan kepada kebutuhan mahasiswa ketika memasarkan produknya.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengangkat judul yang sama dengan penelitian ini penulis menyarankan agar menambah variabel lain untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang ditemukan bisa menutupi kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini. Serta disarankan untuk dapat mengambil objek penelitian lain agar kajian tentang citra merek, iklan dan harga, serta keputusan pembelian agar dipahami secara mendalam.