

BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk modem CDMA EVDO Smart Telecom. Dari hasil pembahasan analisis data penelitian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- Pengujian koefisien partial (uji t) menunjukkan bahwa bahwa variabel produk dan variabel distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam membeli produk modem CDMA EVDO Smart Telecom. Hal ini ditunjukkan dengan nilai tingkat signifikan kurang dari 0.005
- Pengujian regresi serentak (uji f) menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan distribusi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk modem CDMA EVDO Smart Telecom. Hal ini ditunjukkan dari F hitung sebesar 45,479 dengan signifikan F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,005
- Pengujian koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan sebesar 0,642. Hal ini berarti bahwa bahwa variabel indenpenden (produk, harga, promosi dan distribusi) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk modem CDMA EVDO Smart Telecom sebesar 64%. Dan hal ini mengidentifikasi bahwa masih ada

faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk modem CDMA EVDO Smart Telecom sebesar 37%.

6.2. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada PT. Smart Telecom yaitu:

- Dalam penyusunan strategi pemasaran faktor produk, harga, promosi, dan tempat/ distribusi sangat penting dipertimbangkan karena faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli Modem CDMA EVDO Smart Telecom.
- Faktor produk memang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan konsumen membeli Modem CDMA EVDO Smart Telecom. Ini harus dicermati karena faktor produk akan membentuk suatu citra produk. Kecepatan data browsing dan download harus tetap stabil sesuai kebutuhan dari konsumen, Aplikasi software yang tidak terlalu rumit guna memudahkan operasional dari Modem CDMA EVDO Smart Telecom serta penambahan-penambahan Base Telecommunication Station (BTS) untuk memperkuat jaringan sinyal disetiap lokasi.
- Faktor tempat/ distribusi ternyata juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli Modem CDMA EVDO Smart Telecom. Hal ini perlu ditingkatkan karena tuntutan konsumen mulai meningkat dan dinamis. Titik-titik pelayanan Modem CDMA EVDO Smart Telecom perlu ditingkatkan kenyamanan dan menyalurkan

seluruh produk data. Untuk Galery-Galery Smart Telecom perlu diberi penyuluhan, bimbingan dan rangsangan agar dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan konsumen

