

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya tentang pengaruh kualitas produk, citra merk, word of mouth, dan celebrity endorse terhadap keputusan pembelian kartu sim prabayar Simpati Telkomsel, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu sim prabayar Simpati Telkomsel.
2. Citra Merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu sim prabayar Simpati Telkomsel. Artinya semakin baik citra merk tersebut, maka semakin banyak konsumen yang memutuskan pembelian dan penjualan pun akan meningkat.
3. *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu sim prabayar Simpati Telkomsel. Artinya semakin tinggi *Word of Mouth* maka semakin banyak orang yang memutuskan untuk menggunakan kartu sim prabayar Simpati Telkomsel.
4. *Celebrity Endorse* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu sim prabayar Simpati Telkomsel.

#### B. Saran

Berdasarkan pembahasan, dan kesimpulan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Perusahaan Simpati Telkomsel
  - a. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen kartu sim prabayar, maka perusahaan Simpati Telkomsel harus :
    - i. Membuat strategi segmentasi market berdasarkan usia dan memetakan citra merk seperti apa yang berarti bagi masing-masing segmen, kemudian perusahaan membangun citra merk sesuai dengan target pasarnya tersebut.
    - ii. Membuat strategi-strategi yang membangkitkan minat konsumen untuk membuat rekomendasi produk yang mereka

gunakan ke rekan, saudara, dll. Strategi tersebut dapat berupa pemberian reward untuk setiap review, rekomendasi, story telling konsumen pada event-event tertentu, dll.

b. Untuk membentuk keputusan pembelian konsumen kartu sim pra bayar, maka perusahaan Simpati Telkomsel harus:

i. Membuat inovasi produk yang mampu memenuhi semua kebutuhan produk dalam satu kartu sim sehingga kualitas produk menjadi hal yang patut dipertimbangkan

ii. Memilih celebrity yang memiliki fans fanatik dan besar. Jika perusahaan hanya memperhatikan citra celebrity dan jumlah penggemar saja, maka endorse tidak mampu mempengaruhi cara berfikir konsumen.

## 2. Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang berbeda dalam determinan keputusan pembelian, selain itu dapat juga menggunakan produk yang berbeda dalam penelitiannya.

