

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan penelitian berdasarkan temuan analisis:

1. 1. Minat Beli dipengaruhi oleh persepsi harga (X1) dan reputasi perusahaan (X2) (Y). Pengujian menghasilkan nilai F sebesar 117,806 dengan sig 0,000 0,05. Akibatnya, hipotesis pertama dikonfirmasi..
2. 2. Variabel persepsi harga (X1) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,379 terhadap Minat Beli (Y) dan nilai t-hitung sebesar 1,962 dengan tingkat sig 0,057 Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga (X1) tidak berpengaruh terhadap Bunga Beli (Y). Akibatnya, hipotesis kedua ditolak.
3. 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Minat Beli (Y) (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,771 dan nilai t hitung sebesar 4,171 dengan tingkat sig untuk variabel Reputasi Perusahaan (X2). $0,000 < 0,05$ Hal ini menunjukkan bahwa Reputasi (X2) perusahaan berpengaruh besar terhadap Minat Beli (Y). Hasilnya, hipotesis ketiga diterima..
4. 4. Koefisien determinasi R Square adalah 0,864. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli dipengaruhi oleh Persepsi Harga (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) menyumbang 86,4 persen terhadap Minat Beli (Y), sedangkan sisanya sebesar 13,6 persen dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

berikut saran yang dapat dibuat berdasarkan temuan penelitian, diskusi, dan kesimpulan:

1. Perlu adanya pembenahan pada persepsi harga untuk memenuhi kebutuhan dan harapan sehingga dapat diandalkan oleh konsumen pada indihome poso. persepsi harga harus lebih diperhatikan mengingat banyaknya yang belum memiliki produk Indihome. PT. Telkom dapat meningkatkan promosi serta membahas lebih dalam mengenai manfaat yang diperoleh, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan harga paket yang ditetapkan. Hal ini dilakukan agar dapat lebih mendongkrak penjualan produk Indihome.
2. Disarankan kepada peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian sejenis di wilayah yang berbeda dan juga dengan menambahkan variabel independen lainnya sehingga variasinya menjadi lebih baik lagi.
3. Berdasarkan hasil analisis didapatkan koefisien R Square sebesar 0,864. Ini menunjukkan 86,4% variabel Minat Beli Produk Internet Indihome di Kota Poso dipengaruhi oleh variabel Persepsi Harga dan Reputasi Perusahaan, sedangkan 13,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan didalam penelitian ini. Dengan demikian, disarankan agar peneliti berikutnya melakukan penelitian dengan menambah atau mengganti variabel independen lainnya yang bertujuan untuk lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lainnya yang tidak dimasukkan didalam penelitian ini.

