

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa *brand awareness* dan kualitas produk secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Indihome di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Margoyoso Surabaya tahun 2018.
2. Variabel kualitas produk paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Indihome di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Margoyoso Surabaya tahun 2018.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Sebagaimana diketahui bahwa pengaruh *brand awareness* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka diharapkan pada IndiHome memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian.

2. Agar dapat meningkatkan kinerja secara optimal, hendaknya terus melakukan perbaikan dan pengawasan terhadap karyawan, untuk menjaga dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada IndiHome.
3. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi yang hendak melakukan penelitian sejenis atau melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya mengenai konsep atau teori yang mendukung pengetahuan manajemen pemasaran terutama penelitian yang terkait dengan pengaruh *brand awareness* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk IndiHome.

