

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian penelitian dapat ditarik dua kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut :

1. Pengaruh persepsi *brand image* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan/bersama-sama terhadap minat beli konsumen *simcard* prabayar IM3 Ooredoo.
2. Dari kedua variabel bebas yang berpengaruh dominan secara signifikan terhadap minat beli konsumen *simcard* prabayar IM3 Ooredoo adalah variabel Kualitas produk.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mencoba untuk memberikan masukan dan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan minat beli terhadap konsumen, disarankan kepada pihak perusahaan Indosat Ooredoo lebih meningkatkan kualitas produk yang dimilikinya terutama dalam masalah jaringan 4G plus terkadang hingga saat ini masih belum stabil. Agar, para konsumen *simcard* prabayar IM3 Ooredoo akan lebih percaya lagi dengan kualitasnya sesuai dengan *brand* (merek) yang selama ini sudah dikenal lama oleh masyarakat .

2. Untuk meningkatkan minat beli terhadap konsumen, disarankan kepada pihak perusahaan Indosat Ooredoo memberikan bonus atau pilihan paket internet yang lebih banyak dan murah agar konsumen *simcard* prabayar IM3 Ooredoo lebih nyaman dalam penggunaan produknya.
3. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, disarankan kepada pihak perusahaan Indosat Ooredoo lebih memperhatikan lagi kecepatan koneksi internet yang kurang baik supaya konsumen *simcard* prabayar IM3 Ooredoo bisa mendapatkan sesuai yang diinginkan.
4. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, disarankan kepada pihak perusahaan Indosat Ooredoo selalu konsisten dengan program produk yang telah dibuat sehingga konsumen *simcard* prabayar IM3 Ooredoo merasa senang dan puas terhadap pelayanan perusahaan.
5. Untuk para peneliti selanjutnya untuk lebih memperdalam analisisnya dengan baik dari variabel maupun indikatornya, sehingga dapat lebih memperjelas dan meyakinkan lagi dengan hasil yang sudah di peroleh peneliti di dalam penelitian ini.