

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya bahwa terdapat pengaruh diantara ketiga variabel *Brand Image*, Efektivitas *Signal* dan Persepsi *Word OF Mouth* terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis berpacu pada hasil data yang didapat dari beberapa indikator yang digunakan sebagai acuan untuk mengoptimalkan *Brand Image* seperti: Telkomsel memiliki desain logo yang menarik dan mudah diingat, Telkomsel terkenal sebagai merek yang terpercaya dan aman, Telkomsel sering tampil di iklan atau media social, desain logo, kepercayaan, tingkat kepopuleran. Indikator dari Efektivitas *Signal* seperti: Saya jarang mengalami masalah *Signal* ketika menggunakan Telkomsel, *Signal* Telkomsel lebih stabil dibandingkan dengan merek lain di pasar, saya dapat menggunakan internet dengan lancar ketika menggunakan Telkomsel, frekuensi masalah *Signal*, kestabilan *Signal*, kualitas internet. Indikator dari Persepsi *Word OF Mouth* seperti: saya menganggap bahwa merek Telkomsel dianggap positif oleh masyarakat luas, Indikator keputusan pembelian seperti: saya memilih Telkomsel karena kartu perdana yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya, saya memilih Telkomsel karena harga yang ditawarkan sesuai dengan budget saya, saya memilih Telkomsel karena Telkomsel memiliki banyak keuntungan dibandingkan merek lain, saya akan membeli kartu perdana Telkomsel dalam waktu dekat, kesesuaian kebutuhan, harga, keuntungan.

Sehingga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Mojokerto. Maka keputusan pembelian. Kartu Perdana Telkomsel mampu dipengaruhi oleh variabel independent dan dependent sebesar 77,3%. Dari hasil uji f (simultan) dapat ditarik kesimpulan bahwa *Brand Image*, Efektivitas *Signal*, dan Persepsi *Word OF Mouth* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Mojokerto.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai *Brand Image*, Efektivitas *Signal*, dan Persepsi *Word OF Mouth* terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel. Maka ada saran yang diajukan oleh peneliti, saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT Telkom Indonesia di bidang keputusan pembelian produk Kartu Perdana Telkomsel, yang berpengaruh terhadap peningkatan pembelian konsumen di Mojokerto perlu meningkatkan daya kekuatan *signal* didesa maupun daerah yang terpencil, supaya konsumen bisa mengakses tanpa terkendala jaringan *signal*, maka konsumen tidak akan berpikir 2X untuk memutuskan pembelian yang lebih banyak mengenai produk Kartu Perdana Telkomsel.