

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh merek, kemasan, kualitas, dan fitur terhadap perilaku pembelian produk *wifi Bolt* di Jakarta Utara dan merujuk pada pendekatan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini, serta hasil analisis dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Merek, Kemasan, Kualitas, dan Fitur berpengaruh terhadap perilaku pembelian produk *wifi Bolt* di Jakarta Utara, dan hasilnya adalah sebagai berikut:
 - a. Variabel merek berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk *wifi Bolt* di Jakarta Utara
 - b. Variabel kemasan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk *wifi Bolt* di Jakarta Utara
 - c. Variabel Kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk *wifi Bolt* di Jakarta Utara
 - d. Variabel fitur berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk *wifi Bolt* di Jakarta utara
2. Yang paling dominan mempengaruhi perilaku pembelian produk *wifi Bolt* di Jakarta Utara, dan hasilnya adalah sebagai berikut
 - a. Variabel Merek mempengaruhi perilaku pembelian *wifi Bolt* di Jakarta Utara dan indikator yang paling dominan adalah nama *wifi Bolt* mudah di ingat.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. Variabel Kualitas mempengaruhi perilaku pembelian *wifi Bolt* di Jakarta Utara dan indikator yang paling dominan mempengaruhi adalah tersedianya buku panduan pemakaian
- c. Variabel Fitur mempengaruhi perilaku pembelian *wifi Bolt* di Jakarta Utara dan indikator yang paling dominan mempengaruhi adalah Aplikasi handphone yang mendukung penggunaan wifi bolt (isi pulsa internet, cek kuota, dll)

Maka dapat disimpulkan. dari ketiga variabel di atas, variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku pembelian *wifi Bolt* di Jakarta Utara yaitu variabel merek.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1) Bagi PT. Internux

- a. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa kemasan tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian *wifi Bolt* di Jakarta Utara. Dari variabel kemasan, ditemukan indikator yang paling rendah adalah kemasan *wifi Bolt* menjadi daya tarik. Sebaiknya PT. Internux kembali memikirkan dari kemasan untuk produk *wifi Bolt*, sehingga konsumen yang membeli mempunyai kesan tersendiri terhadap kemasan jika kemasan itu dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membeli.

2) Bagi Penelitian selanjutnya

- a. Ditemukan bahwa variabel kemasan tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Namun perlu diteliti lebih lanjut dengan melakukan penelitian yang lebih fokus terhadap atribut kemasan yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian agar menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- b. Penelitian yang akan datang diharapkan dilakukan dengan objek yang berbeda, karena pada penelitian ini kemasan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian. Sehingga dapat diharapkan dengan meneliti objek yang berbeda dapat menghasilkan penelitian yang jauh lebih baik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

