

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor kualitas produk pada pembelian kartu prabayar Simpati yang telah dilakukan pada mahasiswa FIP UPI, maka dapat diketahui tentang faktor kualitas produk pada pembelian kartu prabayar Simpati sebagai berikut ini:

1. Faktor kualitas produk yang paling mempengaruhi pembelian kartu prabayar Simpati adalah faktor tindakan membeli yang dipengaruhi oleh reputasi produk.
2. Faktor tindakan membeli yang dipengaruhi oleh reputasi (*perceived quality*) produk termasuk ke dalam kategori sangat mempengaruhi pembelian sedangkan faktor tindakan membeli yang dipengaruhi oleh performansi (*performance*) produk, fitur (*features*) produk, kesesuaian (*conformance*) produk, kehandalan (*reliability*) produk, daya tahan (*durability*) produk, pelayanan (*serviceability*) produk, keindahan (*aesthetic*) produk berada pada kategori cukup mempengaruhi pembelian kartu prabayar Simpati.
3. Faktor tindakan membeli yang dipengaruhi oleh reputasi (*perceived quality*) produk merupakan urutan pertama dari faktor kualitas produk yang mempengaruhi pembelian, urutan ke-dua adalah tindakan membeli yang dipengaruhi oleh daya tahan (*durability*), urutan ke-tiga adalah

tindakan membeli yang dipengaruhi oleh kehandalan (*reliability*) produk, urutan ke-empat adalah tindakan membeli yang dipengaruhi kesesuaian (*conformance*) produk, urutan ke-lima adalah tindakan membeli yang dipengaruhi pelayanan (*serviceability*), urutan ke-enam adalah tindakan membeli yang dipengaruhi performansi (*performance*) produk, urutan ke-tujuh adalah tindakan membeli yang dipengaruhi fitur (*features*) produk, dan urutan ke-delapan atau faktor kualitas produk yang menjadi faktor terakhir yang mempengaruhi pembelian adalah faktor tindakan membeli yang dipengaruhi keindahan (*aesthetic*) produk. Hasil penelitian ini berbeda dengan teori yang dipaparkan oleh Garvin (Darwin, 2005: 10), di mana faktor kualitas produk yang paling utama adalah faktor performansi (*performance*).

4. Terdapat perbedaan yang signifikan antar faktor-faktor kualitas produk yang mempengaruhi pembelian kartu prabayar Simpati pada mahasiswa FIP UPI.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor kualitas produk pada pembelian kartu prabayar Simpati yang telah dilakukan pada mahasiswa FIP UPI, telah diketahui bahwa faktor kualitas produk pada umumnya merupakan hal yang cukup mempengaruhi pembelian sehingga jika sebuah produk ingin memenuhi harapan konsumen maka perusahaan harus memperhatikan dan melakukan pengendalian pada faktor dari kualitas produk, dengan faktor kualitas produk yang paling utama untuk diperhatikan adalah faktor reputasi (*perceived quality*) produk.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor kualitas produk pada pembelian kartu prabayar Simpati yang telah dilakukan pada mahasiswa FIP UPI dapat diambil atau dikemukakan beberapa rekomendasi, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa pembelian kartu prabayar Simpati mayoritas dipengaruhi oleh reputasi dari produk sehingga peneliti merekomendasikan kepada PT.Telkomsel untuk mempertahankan reputasi positif yang sudah terbentuk di masyarakat dengan terus memberikan kesan yang positif kepada konsumen yang berasal dari kehandalan produk seperti sinyal yang kuat, tarif telepon yang murah dan pelayanan yang ramah serta cepat kepada konsumen ketika terjadi kerusakan pada kartu prabayar Simpati.
2. Hasil penelitian pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa tindakan membeli yang dipengaruhi oleh performansi (*performance*) produk yang terdiri dari pembelian yang dipengaruhi oleh iklan, hanya termasuk urutan ke-enam dari faktor-faktor kualitas produk yang mempengaruhi pembelian, sehingga peneliti merekomendasikan kepada PT.Telkomsel untuk meningkatkan promosi mengenai produk kartu prabayar Simpati terutama melalui iklan di media elektronik agar masyarakat mengetahui kelebihan dan program-program apa saja yang ditawarkan oleh kartu prabayar Simpati, dan hal tersebut dapat meningkatkan pembelian kartu prabayar Simpati yang dipengaruhi oleh performansi (*performance*) produk.

3. Hasil penelitian pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa tindakan membeli yang dipengaruhi oleh fitur (*features*) produk yang terdiri dari pembelian yang dipengaruhi oleh inovasi produk, hanya termasuk urutan ke-tujuh dari faktor-faktor kualitas produk yang mempengaruhi pembelian, sehingga peneliti merekomendasikan kepada PT.Telkomsel untuk memperbanyak inovasi terhadap program-program yang ditawarkan dengan menawarkan program-program yang unik dan berhubungan dengan paket sms, dan internet sehingga menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian dikarenakan oleh fitur (*features*) produk, terutama konsumen dalam usia remaja.
4. Untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan faktor kualitas produk yang mempengaruhi pembelian, sebaiknya penelitian tersebut dilakukan dengan pendekatan kualitatif agar lebih banyak informasi dari konsumen yang dapat digali, terutama menggali lebih dalam tindakan membeli yang berhubungan dengan *performance*, *fitur*, dan *aesthetic*, dengan populasi yang lebih banyak segmentasinya.