

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan ternyata hasil hipotesis yang menyatakan diterima dapat dibuktikan dari hal-hal berikut ini :

1. Keputusan pembelian terhadap produk XL Bebas dipengaruhi oleh motivasi konsumen yang terdiri dari dorongan, petunjuk, tanggapan, dan penguat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 74,2%, sedangkan sisanya 25,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teridentifikasi, dan hasil pengujian hipotesis secara menyeluruh dengan uji F pada tingkat kepercayaan 95% atau dengan nilai $\sigma = 5\%$ diperoleh F hitung = 39,608 > F tabel 2,540, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Berdasarkan uji t bahwa masing-masing variabel bebas yaitu dorongan (x_1), petunjuk (x_2), tanggapan (x_3), dan penguat (x_4), secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk XL Bebas pada tenaga *outsourcing* PT PLN (Persero) Sektor Pembangkitan Tarahan Dan PT PLN (Persero) Sektor Pembangkitan Bandar Lampung).

5.2 Saran

1. Perusahaan disarankan harus bisa lebih meningkatkan mutu produk yang dijual dipasaran dengan memperhatikan kejernihan suara ataupun kelancaran dalam pengiriman data, sehingga secara tidak langsung dapat menambah kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut dengan cara menjaga kestabilan sistem jaringan dengan melakukan pembangunan BTS di daerah-daerah pelosok serta pemeliharaan sistem jaringan yang harus dilakukan secara baik sehingga dapat meminimalisir terjadinya gangguan teknis yang dapat mengecewakan konsumen.
2. Meskipun produk merupakan hal paling utama yang dipertimbangkan oleh konsumen, dan perusahaan telah memperhatikan variabel-variabel motivasi konsumen seperti dorongan, petunjuk, tanggapan dan penguat, namun perusahaan juga harus selalu meningkatkan dan menetapkan strategi baru yang inovatif seperti melakukan promo-promo dengan cara memberikan diskon atau bahkan gratis telepon dan sms diwaktu-waktu tertentu.