

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian data-data, serta pembahasan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari 7 dimensi persepsi dan keputusan pembelian produk Telkomsel adalah sebagai berikut:

1. Dimensi yang paling rendah terdapat pada dimensi Fitur Produk yaitu sebesar 54%. Responden menilai bahwa biaya yang harus dikeluarkan untuk menikmati layanan fitur produk seperti paket data, telepon, SMS, dan fitur lainnya tidak sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis. Dimensi yang paling tinggi terdapat pada dimensi Daya Tahan yaitu sebesar 87%. Kecenderungan responden memilih menggunakan produk Telkomsel karena memiliki daya tahan jaringan yang lebih baik dibandingkan produk lain, serta *brand* produk Telkomsel yang sudah lama dikenal oleh masyarakat umum sehingga masyarakat umum lebih suka menggunakan kartu Telkomsel.
2. Dimensi yang paling dominan adalah dimensi daya tahan. Kartu Telkomsel memiliki jaringan yang kuat sehingga kualitas sinyal sangat baik dan area jaringan yang luas dapat diperoleh di kota sampai di pelosok desa. Hal ini membuat masyarakat dapat mengakses internet dengan cepat dan stabil. Selain itu, kartu Telkomsel juga selalu meningkatkan kualitas fitur-fitur yang dimiliki terutama dalam hal jaringan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. PT Telkomsel sebaiknya menyesuaikan fitur-fitur layanan produk dengan harga dan kualitas yang ditawarkan dalam iklan.
2. PT Telkomsel harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas jaringan agar selalu cepat dan stabil, selain itu harus tetap dapat terjangkau di daerah pelosok desa sehingga mampu bersaing dengan provider lainnya.