

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Variabel yang Paling Dominan

Berdasarkan uji validitas per faktor untuk analisis keempat faktor yaitu faktor budaya, faktor social, faktor kepribadian, dan faktor psikologis dengan 18 variabel dari keempat faktor tersebut. Semua variable pada faktor budaya, faktor social, dan faktor kepribadian dinyatakan valid, sedangkan pada faktor psikologis ada satu variable tidak valid yang berisi pernyataan “Saya menggunakan produk Smartfren karena ingin membandingkan dengan produk dari merk lain”.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dilakukan uji faktor menggunakan ketujuhbelas variable dengan hasil terdapat satu variable yang tidak memenuhi syarat valid yang diisi pernyataan “Saya menggunakan produk Smartfren karena produknya sesuai dengan kondisi ekonomi”. Kemudian dilakukan lagi uji faktor dengan tidak memasukan variable yang tidak valid tersebut dengan hasil dari keenambelas variable tersebut valid semua. Dapat disimpulkan terdapat variable yang dominan dengan lima besar teratas yaitu:

- a. x11 = Saya menggunakan produk Smartfren karena produknya sesuai dengan konsep diri.
- b. x7 = Saya menggunakan produk Smartfren karena dapat membantu dalam peran dan status saya.

- c. x10 = Saya menggunakan produk Smartfren karena produknya sesuai dengan gaya hidup.
- d. x17 = Saya menggunakan produk Smartfren karna saya percaya dengan pelayanannya.
- e. x13 = Saya senang menggunakan produk Smartfren karena fitur dalam produknya memuaskan.

2. Faktor yang Paling Dominan

Berdasarkan tabel Rotated Component Matrix dalam pembahasan. Faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian produk Smartfren adalah Faktor Psikologis.

B. Saran

- 1. Sebaiknya pihak perusahaan Smartfren memperluas cakupan koneksi jaringan untuk semua produknya.
- 2. Untuk memperlancar dalam hal pelayanan sebaiknya pihak perusahaan Smartfren menyeleksi karyawan sesuai dengan keahliannya agar mempermudah dalam proses pelayanan.