

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisi penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 30 orang responden yang merupakan pengguna voucher wifi.id mempunyaikarakteristik dan berpendapat tentang harga, kualitas produk, tempat, dan promosi sebagai berikut :

1. Dalam kaitannya dengan pembelian voucher wifi.id, sebagian besar konsumen berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 60%
2. Dalam kaitannya dengan pembelian voucher wifi.id, sebagian besar responden adalah bekerja sebagai mahasiswa/pelajar yaitu 70%
3. Dalam keputusan pembelian voucher wifi.id pada tingkat harga, sebagian besar responden berpendapat bahwa harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian voucher wifi.id yaitu sebanyak 57%. Dan sebagian responden berpendapat bahwa harga voucher wifi.id adalah murah yaitu sebanyak 50%
4. Pada faktor kualitas produk, sebagian besar responden berpendapat bahwa kualitas voucher berpengaruh terhadap keputusan pembelian voucher, yaitu 33%
5. Pada faktor lokasi/tempat, sebagian besar responden berpendapat bahwa lokasi/tempat terhadap keputusan pembelian voucher, yaitu 10%
6. Pada faktor promosi, sebagian besar responden berpendapat bahwa promosi juga cukup mempengaruhi dalam keputusan pembelian voucher wifi.id yaitu sebanyak 40%

Dari uraian diatas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian voucher wifi.id, yaitu : harga, kualitas produk, tempat/lokasi, dan promosi

Sementara itu, faktor paling dominan atau alasan utama yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli voucher wifi.id adalah harga voucher tersebut, yaitu sebanyak 40%