

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga Telkomsel dinilai sangat tinggi dibandingkan produk lain. Namun minat mahasiswa dalam membeli produk layanan telekomunikasi Telkomsel juga sangat tinggi. Baik dilihat dari minat transaksional, minat preferensial, minat referensial serta minat eksploratif. Ini disebabkan oleh meluasnya jaringan Telkomsel hingga ke pelosok-pelosok. Berdasarkan hasil analisis, harga berhubungan sangat kuat dengan minat beli mahasiswa ini bisa dilihat dari hasil analisis regresi linear sederhana, dan hasil analisis korelasi ganda.
2. Dari hasil analisis uji t, hasil analisis regresi linear sederhana, dan hasil analisis determinasi, menyebutkan bahwa harga juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.
3. Hubungan Tarif dan Minat Beli Produk Layanan Telekomunikasi Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU Menurut Ekonomi Islam, PT Telkomsel dalam melakukan pemasaran belum seluruhnya memperhatikan dan mengamalkan aspek-aspek syariah yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, diharapkan bisa memilih antara kebutuhan dan keinginan. Bisa mengendalikan diri, dari yang bermewah-mewahan, menjadi hidup dalam kesederhanaan, dari yang suka bergonta-ganti nomor ponsel menjadi mahasiswa yang membeli sesuatu sesuai kebutuhan bukan ikut-ikutan. Sebagai mahasiswa harus bisa menggunakan fungsi dan manfaat ponsel dengan sebaik-baiknya, misalnya untuk menjalin silaturahmi, menghubungi keluarga di kampung dan informasi perkuliahan.
2. Kepada PT TELKOM jaringan yang luas, signal yang kuat sudah menjadi senjata utama pelanggan yang harus dipertahankan kalau bisa di tingkatkan. Hindari kemacetan, dan hindari hal-hal yang merugikan konsumen. Karena para pelanggan sudah percaya dengan signal yang ditawarkan oleh PT TELKOM.
3. Kepada pihak PT Telkom dalam melakukan pemasaran produk, hendaknya memperhatikan aspek-aspek syariah yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Dalam memberikan promo dilakukan secara transparan tanpa merugikan konsumen. termasuk juga didalamnya dalam mengambil keuntungan, hendaknya dilakukan sesuai dengan Ekonomi Islam.