BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan layanan IndiHome di Kota Semarang pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat dan erat dengan peningkatkan kepuasan pelanggan. Artinya bahwa dengan adanya bukti fisik yang semakin baik, keandalan meningkat, daya tanggap cepat, jaminan semakin besar, serta empati karyawan yang meningkat, maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi harga juga memiliki hubungan yang kuat dan erat dengan peningkatkan kepuasan pelanggan. Artinya bahwa dengan harga yang semakin terjangkau, harga yang semakin sesuai dengan kualitas dan manfaat, serta harga yang semakin kompetitif, maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi juga memiliki hubungan yang kuat dan erat dengan peningkatkan kepuasan pelanggan. Artinya jika promosi yang dilihat dari periklanan,

http://repository.unimus.ac.id

promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung yang semakin efektif, maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang.

4. Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa model regresi yang dihasilkan sudah fit dan signifikan, serta kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi layak digunakan untuk memprediksi variabel kepuasan pelanggan.
5. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,712. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi dapat menjelaskan variasi variabel kepuasan pelanggan sebesar 71,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 28,8% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model.
6. Hasil persamaan regresi linier yang dihasilkan adalah $Y = 0{,}681 + 0{,}298\ X_1 + 0{,}288\ X_2 + 0{,}272\ X_3 + e$. Hal ini menunjukkan bahwa harga kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

http://repository.unimus.ac.id

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan di atas, saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai pelengkap penelitian adalah sebagai berikut:

1. PT. Telkom Semarang harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya. Hal ini terutama untuk meningkatkan daya tanggap dan jaminan yang diberikan, mengingat kedua hal tersebut mendapat lebih banyak tanggapan tidak setuju dari respondennya. Oleh sebab itu, perlu bagi perusahaan untuk memperbaiknya yang dapat dilakukan dengan cara menempatkan karyawan di setiap daerah sehingga pada saat terjadi keluhan yang dialami oleh pelanggannya akan lebih cepat untuk ditanggapi dan juga segera untuk diselesaikan saat itu juga. Perusahaan juga harusnya dapat memperbaiki jaringan yang digunakan sehingga sinyal layanan yang diterima pelanggan semakin baik dan tidak sering terjadi eror dari layanan yang diberikan kepada penggunannya.
2. PT. Telkom Semarang harus dapat meningkatkan persepsi harga dari konsumen mengenai layanan IndiHome yang diberikan kepada pelanggannya. Hal ini terutama berkaitan dengan kesesuaiah harga dengan kualitas dan manfaat serta daya saing harga, mengingat ketiga hal tersebut masih banyak mendapat tanggapan tidak setuju dari respondennya. Hal ini dapat dilikaukan dengan cara memberikan layanan internet IndiHome yang terbaik, layanan internet yang lebih lancar atau lebih tepatnya meningkatkan kualitas dari layanan IndiHome yang diberikan sehingga tidak sering terjadi kesalahan.

http://repository.unimus.ac.id

Perusahaan juga diharapkan dapat menawarkan harga yang lebih bersaing atau tidak lebih mahal dari layanan internet lainnya yang ada di Kota Semarang.

3. PT. Telkom Semarang harus dapat meningkatkan kegiatan promosi yang diberikan kepada pelanggannya. Hal ini terutama berkaitan dengan meningkatkan promosi penjualan dan meningkatan hubungan masyarakat mengingat kedua hal tersebut lebih banyak mendapat tanggapan tidak setuju dari respondennya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan promosi penjualan terutama dengan memberikan potongan harga pemasangan internet IndiHome serta memberikan hadiah langsung kepada pelanggan yang akan memasang IndiHome misalnya memberikan hadiah kalender, atau apapun yang dianggap berguna bagi konsumennya. Perusahaan juga harus menjaga hubungan baik misalnya dengan cara menanyakan kepada konsumen tentang layanan yang diterima dan menanyakan keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pengguna IndiHome sehingga konsumen akan merasa lebih puas setelah mengunakan layanan tersebut.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah jumlah variabel bebas yang digunakan dimana variabel yang akan ditambahkan dapat memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan misalnya seperti kualitas produk, kemudahan, nilai pelanggan, citra perusahaan, layanan purna jual, dan variabel lainnya, sehingga hasil yang diperoleh akan lebih baik dan lebih meyakinkan serta hasil penelitian nantinya lebih akurat sehingga dapat digunakan memprediksi kepuasan pelanggan dalam jangka panjang

http://repository.unimus.ac.id