

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian (*purchasing decision*) dengan variabel kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) memiliki hubungan yang konstan, searah, dan tidak signifikan. Hal itu dapat dilihat dari rumusan matematis: $Y = 44,152 + 0,048X$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh keputusan pembelian (*purchasing decision*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) produk provider PT Telkomsel terbilang cukup kuat. Selain itu karena angka koefisien korelasinya positif, maka hubungan kedua variable tersebut bersifat searah.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan oleh peneliti antara lain:

1. Pada pernyataan pengenalan masalah, banyak responden yang sangat setuju dengan pernyataan membutuhkan produk provider yang memiliki sinyal kuat dan koneksi yang cepat. Untuk itu, Telkomsel harus dapat meyakinkan pasar bahwa mereka memiliki kualitas tersebut dengan cara melakukan sosialisasi akan produk unggulannya guna meningkatkan kesadaran pasar akan kualitas produk provider Telkomsel.

2. Empat puluh dua dari seratus orang yang dijadikan responden menyatakan bahwa mereka mencari tahu terlebih dulu tentang kualitas dan layanan produk yang akan dibeli. Jadi, PT Telkomsel harus bekerja keras untuk mempertahankan citra kualitas produknya guna memperoleh testimonial yang sesuai harapan dengan cara mempertahankan kualitas produk dan layanan.
3. Pada poin evaluasi alternatif, konsumen cenderung membandingkan satu produk dengan yang lainnya. Sehingga untuk memenangkan pasar, Telkomsel harus terus berusaha menjadi yang terdepan dengan cara menojolkan keunggulan produknya dan terus berinovasi.
4. PT Telkomsel harus menyakinkan konsumen bahwa produk provider Telkomsel adalah produk provider yang paling layak dibeli dengan cara terus melakukan promosi dan sosialisasi produk serta menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas sekaligus terjangkau.
5. Tiga puluh delapan dari seratus orang menyatakan puas atas produk provider Telkomsel. Untuk meningkatkan jumlah ini, sebaiknya PT Telkomsel melakukan *treatment* seperti memperbanyak poin bonus atau *E-voucher* bagi para penggunanya untuk meningkatkan kepuasan sehingga mereka menjadi pelanggan yang setia dan menarik perhatian konsumen lainnya.
6. Pada butir-butir pertanyaan kualitas produk, lebih dari lima puluh persen responden menyatakan setuju bahwa produk Telkomsel adalah produk yang berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat atas

kualitas produk provider Telkomsel sudah cukup tinggi. Maka dari itu, Telkomsel harus selalu mempertahankan citra ini dengan cara melakukan riset yang lebih dalam atas apa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen guna meningkatkan kualitas produk.

7. Jumlah responden yang setuju pada pernyataan harga Telkomsel sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan ada tiga puluh tujuh orang, begitu pula jumlah orang yang menjawab dengan kurang setuju. Dengan demikian, sebaiknya Telkomsel melakukan pengkajian kembali mengenai penetapan harganya karena apabila harga terlalu mahal dan tidak sesuai dengan pasar, dikhawatirkan konsumen akan pergi.
8. Untuk mengukur kualitas pelayanan, peneliti mencantumkan dimensi kualitas pelayanan Telkomsel dalam kuesioner hingga di dapat jawaban sebagai berikut:
 - a. Empat puluh sembilan dari seratus orang responden menyatakan sudah menerima layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan Telkomsel. Untuk menjaga citra tersebut, Telkomsel harus tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan tetap memberikan yang terbaik bagi konsumen dan tidak melebih-lebihkan iklan.
 - b. Empat puluh tiga orang menganggap layanan Telkomsel cepat tanggap dan sangat membantu, maka Telkomsel harus terus memperbarui sistem layanan konsumen sehingga memiliki cara penanganan konsumen yang lebih baik dan mutakhir.

- c. Empat puluh delapan orang merasa kemampuan pegawai Telkomsel menjelaskan dan menjawab pertanyaan mempengaruhi persepektif mereka pada produk. Untuk itu Telkomsel harus terus memberikan pelatihan pada para pegawainya agar piawai menangani pelanggan.
 - d. Lima puluh orang setuju bahwa Telkomsel memperhatikan dan mengerti setiap pelanggannya dengan sangat baik. Untuk itu Telkomsel harus menunjukkan empati yang lebih banyak lagi sehingga pelanggan merasakan hubungan batin dengan perusahaan dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan sosial.
 - e. Empat puluh enam orang menganggap bukti fisik menambah keyakinan mereka pada produk, maka dari itu Telkomsel sebaiknya memperbanyak stand yang dapat membantu kostumer menyelesaikan masalahnya.
9. Empat puluh empat responden menyatakan mereka memilih Telkomsel karena alasan emosional. Mereka menanamkan pada diri sendiri bahwa Telkomsel memiliki produk provider terbaik. Telkomsel harus mempertahankan hal tersebut dengan cara meluncurkan produk-produk yang memiliki teknologi selangkah di depan daripada pesaing.
10. Empat puluh dari seratus responden menganggap produk provider Telkomsel mudah ditemukan, akan tetapi alangkah baiknya bila Telkomsel menyediakan layanan pembelian online dengan waktu pemesanan yang singkat untuk lebih mempermudah konsumen.