BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek, mengetahui pengaruh harga terhadap citra merek, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh citra merek dan mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek. Jumlah responden yang diambil sebanyak 200 responden, dimana responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah pengguna paket data seluler three yang telah menggunakan provider three lebih dari 3 bulan dengan cara penyebaran secara langsung. Metode analisis untuk pengolahan data penelitian menggunakan SPSS untuk pengujian instrumen dan LISREL 8.7 untuk *confirmatory factor analysis*, uji t, serta pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tabel V.1

Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel Terikat	Variabel Mediasi	Variabel Bebas	Standardized Total Effects	t-values	Intepretasi
H1a	Citra Merek	←	Kualitas Pelayanan	0.12	0.58< 1.96	Ditolak
H1b	Citra Merek	←	Harga	0.85	4.03> 1.96	Diterima
H2a	Kepuasan Pelanggan	←	Kualitas Pelayanan	-0.11	- 0.90< 1.96	Ditolak

H2b	Kepuasan Pelanggan	←	Harga	1.06	2.06> 1.96	Diterima
H3	Kepuasan Pelanggan	←	Citra Merek	0.54	2.69> 1.96	Diterima
H4a	Kepuasan Pelanggan	Citra Merek	Kualitas Pelayanan	0.06	3.27> 1.96	Diterima
H4b	Kepuasan Pelanggan	Citra Merek	Harga	0.46	6.72> 1.96	Diterima

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2016.

Dari informasi pada tabel V.1 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1a menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pengguna paket data seluler three di three care plaza semanggi dan tidak dapat **ditolak**.
2. Hipotesis 1b menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pengguna paket data seluler three di three care plaza semanggi dan dapat **diterima**.
3. Hipotesis 2a menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna paket data seluler three di three care plaza semanggi dan tidak dapat **ditolak**.
4. Hipotesis 2b menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna paket data seluler three di three care plaza semanggi dan dapat **diterima**.
5. Hipotesis 3 menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna paket data seluler three di three care plaza semanggi dan dapat **diterima**.
6. Hipotesis 4a menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh citra merek **diterima**.

7. Hipotesis 4b menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh citra merek **diterima**.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Berdasarkan karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

- a. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna paket data seluler Three didapat bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan Three responden dengan usia <20 tahun ada sebanyak 35 atau sebesar 17,5% , usia 21 – 30 tahun sebanyak 138 responden atau sebesar 69%, usia 31 – 40 tahun sebanyak 22 responden atau sebesar 11% dan responden dengan usia >40 tahun sebanyak 5 atau sebesar 2,5%.
- b. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna paket data seluler Three didapat bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan Three menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 132 responden 67,5% pegawai negeri sebanyak 6 responden 3%, pegawai swasta sebanyak 12 responden (15%), wiraswasta sebanyak 43 responden 21,5%, dan lainnya sebanyak 7 responden 3,5%.
- c. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna paket data seluler Three didapat bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan Three berdasarkan pendapatan setiap bulan, yang pendapatanya <Rp.500.000 sebanyak 76 responden 38%.

Rp.500.000-999.000 sebanyak 52 responden 26%. Rp.1.000.000-2.999.999 sebanyak 41 responden 20,5%. Rp.2.999.999-5.000.000 sebanyak 21 responden 10,5%. Dan lebih dari > Rp.5.000.000 sebanyak 10 responden 5%.

2. Implikasi Deskriptif

Implikasi dari analisis tiap variabel sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Dari data yang diperoleh dari kuesioner dapat disimpulkan bahwa; ketika pelanggan menyampaikan keluhan, Three tidak menyampaikan informasi kapan layanan akan dilakukan, Three tidak memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, Three tidak siap untuk merespon permintaan pelanggan, Three tidak membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka, Three tidak memiliki karyawan yang secara konsisten sopan

b. Variabel Harga

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner; paket data seluler Three tidak melakukan pemilihan cara pembelian pulsa, Three tidak memberikan system pembayaran praktis dalam pembelian pulsa

c. Variabel Citra Merek

Three tidak memiliki logo produk mudah dikenali, Three tidak memiliki acara *event marketing* produk menarik, Three tidak mendukung acara yang diadakan di kampus melalui sponsorship.

d. Variabel Kepuasan Pelanggan

Pelanggan tidak merasa puas terhadap manfaat yang diperoleh dengan menggunakan paket data seluler three dan Features yang dimiliki three sudah tidak sesuai dengan harapan serta pelanggan tidak puas terhadap kecepatan three menangani keluhan pelanggan.

C. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik untuk penelitian selanjutnya dan untuk Three. Saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti; kepercayaan, loyalitas pelanggan, minat membeli kembali agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan juga sebagai variasi dalam penelitian.
- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan meneliti jenis paket data seluler lainnya seperti IM3 Ooredoo, XL, Simpati sebagai kompetitor di bidang telekomunikasi.
- c. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil ruang lingkup dan jumlah responden yang lebih luas sehingga akan mendapatkan tanggapan yang berbeda.

1. Saran untuk Three

- a. Ketika Three merespon permintaan pelanggan dan menyampaikan informasi layanan harus lebih cepat dan jelas serta Three harus lebih membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka yaitu dengan karyawan yang secara konsisten sopan.
- b. Dalam melakukan potongan harga sebaiknya Three lebih mempertimbangkan dengan baik kembali dan lebih memaksimalkan system pembayaran yang praktis dalam pembelian pulsa agar memudahkan transaksi.
- c. Three harus lebih menguatkan logo produk agar mudah dikenali dan sebaiknya Threemenambah acara *event marketing* seperti mendukung acara yang diadakan di kampus melalui sponsorship menambah acara *event marketing*.
- d. Three sebaiknya lebih memberikan rasa puas terhadap manfaat yang diperoleh dengan menggunakan paket data seluler Three, harus memberikan features terbaik yang dimiliki Three sehingga sesuai dengan harapan serta Three sebaiknya memberikan rasa puas terhadap kecepatan yang diinginkan pelanggan dalam menangani keluhan pelanggan.