

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik, pengolahan data dan pengetahuan deskripsi mengenai hubungan antara kualitas produk dan promosi dengan kepuasan pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sejak bulan Desember 2017 sampai dengan Juni 2018 dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan promosi dengan kepuasan pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan Regresi $\hat{Y} = 9,526 + 0,434X_1 + 0,397X_2$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan pada satu kualitas produk, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,434, dan setiap kenaikan satu promosi, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,397 pada konstanta 9,526.

Selain itu dapat disimpulkan pula bahwa kepuasan pelanggan kartu Simpati dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi sebesar 61,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan bahwa terdapat hubungan antara kualitas produk dan promosi dengan kepuasan pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Oleh karena itu, maka telah terbukti bahwa kualitas produk dan promosi merupakan salah satu

faktor yang berpengaruh dalam kepuasan pengguna kartu Simpati. Dengan adanya kualitas produk dan promosi yang baik, maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat. Hal ini berarti, hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel kualitas produk, indikator yang paling dominan atau yang memiliki nilai tertinggi yang menentukan kepuasan pelanggan kartu Simpati yaitu kesesuaian spesifikasi produk dengan skor sebesar 25,58%, sedangkan indikator terendah yaitu reliabilitas 24,35%.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data pada variabel promosi, indikator yang paling dominan atau yang memiliki nilai tertinggi yang menentukan kepuasan pelanggan kartu Simpati yaitu *online chanel* yaitu sebesar 25,50%, sedangkan indikator terendah yaitu *billboard* sebesar 24,41%.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa mahasiswa akan merasa puas menggunakan kartu Simpati dengan didasarkan pada kualitas produk yang baik dan promosi yang baik dari pihak perusahaan kartu Simpati, sehingga membuat mahasiswa menjadi semakin merasa puas dalam menggunakan kartu Simpati sebagai operator ponsel dibanding operator lainnya.

C. Saran

Berdasarkan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi berbagai pihak dalam hal kepuasan pelanggan kartu Simpati, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa untuk lebih memerhatikan kualitas dari suatu produk. Karena kualitas produk merupakan salah satu faktor utama dalam membeli sesuatu agar pasca pembelian tidak merasa kecewa dengan apa yang telah diputuskan, melainkan akan merasa puas karena memilih produk yang tepat dan berkualitas.
2. Bagi PT. Telekomunikasi Seluler, terkhusus untuk operator Simpati yang memasarkan produk tersebut, agar dapat memerhatikan penetapan jenis dan media promosi yang efektif, mengingat karena promosi menjadi hal yang penting bagi konsumen dalam mendapat informasi produk yang dijual.