

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen First Media **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen First Media.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen First Media **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen First Media.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen First Media **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen First Media.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen First Media **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen First Media.
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen First Media **diterima**. Karena hasil

perhitungan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

6. Hipotesis keenam kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening **diterima**.
7. Hipotesis ketujuh harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening **diterima**.

5.2 Implikasi

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kepuasan konsumen (Y)

Variabel kepuasan konsumen memiliki enam indikator. Ada pernyataan yang mendapatkan respon terbanyak, pengguna merasa puas karena mendapatkan manfaat selama memakai layanan internet First Media. Responden juga akan memberi masukan kepada First Media agar keinginannya tercapai. Solusi yang dapat diberikan oleh pihak First Media adalah First Media dapat konsisten dalam memberikan koneksi internet yang stabil sehingga konsumen mendapatkan manfaat dari pemakaian internet First Media dan juga First Media dapat membuat kolom kritik serta saran untuk menampung aspirasi, ide atau keluhan konsumen agar dapat mengevaluasi dan meningkatkan kinerja yang sesuai dengan kemauan konsumen.

2. Variabel Kualitas Layanan (X1)

Variabel Kualitas Layanan memiliki empat belas indikator. Terdapat pernyataan yang dapat ditingkatkan lagi, karyawan First Media siap membantu apabila konsumen mengalami kesulitan dalam penggunaan. Solusi bagi First Media adalah meningkatkan pelayanan *customer service* yang sudah benar-benar mengerti untuk menjawab pertanyaan konsumen semisal untuk penggunaan seperti cara mengoperasikan modem, penggantian *password*, apa yang harus dilakukan pertama kali ketika internet mengalami masalah dan pertanyaan seputar penggunaan lainnya. First Media juga dapat membuat aplikasi *online* untuk merespon konsumen yang membutuhkan bantuan sehingga konsumen dapat terlayani dengan cepat.

3. Variabel Harga (X2)

Variabel Harga memiliki enam indikator. Ada pernyataan yang dapat ditingkatkan lagi, konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan harga yang dibayarkan. Solusi bagi First Media adalah dengan memberikan paket layanan internet yang bervariasi dan menetapkan harga yang sesuai agar konsumen dapat memilih yang pas sesuai dengan kebutuhannya.

4. Loyalitas konsumen (Z)

Variabel Loyalitas konsumen memiliki enam indikator. Ada pernyataan yang dapat ditingkatkan lagi, pelanggan akan selalu memakai First Media. Solusi untuk First Media adalah selain dengan

memberikan layanan yang baik, First Media dapat memberikan *reward* kepada konsumennya yang loyal dengan memberikan satu bulan gratis pemakaian internet untuk konsumen yang sudah memakai First Media selama satu tahun dan mengadakan promo lainnya agar konsumen merasa First media merupakan yang terbaik dibanding pesaingnya.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Praktis

1. Sehubungan dengan implikasi yang telah di sebutkan pada bagian sebelumnya di bagian variabel kepuasan konsumen, maka diharapkan First Media dapat memakai media online sebagai sarana penghubung antara konsumen dengan perusahaan agar harapan konsumen dapat terpenuhi.
2. Sehubungan dengan implikasi yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya di bagian variabel kualitas layanan, maka diharapkan First Media lebih memperhatikan pelayanan *customer service* agar konsumen yang menghubungi dari telepon atau pesan di *web* mendapatkan respon dan problem yang dialami langsung dapat teratasi.
3. Sehubungan dengan implikasi yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya di bagian variabel harga, maka First Media dapat memperbanyak pilihan produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Seperti misalnya layanan untuk internet perumahan harus berbeda dengan konsumen yang membutuhkan untuk berbisnis.

First Media juga dapat membuat aneka promo agar lebih menarik konsumen.

4. Sehubungan dengan implikasi yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya di bagian variabel loyalitas konsumen, maka diharapkan First Media dapat lebih menghargai konsumennya yang loyal dengan cara memberikan *reward* berupa penambahan kecepatan internet selama sebulan atau dengan memberikan satu bulan gratis pemakaian internet untuk konsumen yang sudah memakai First Media selama satu tahun dan mengadakan promo lainnya agar konsumen merasa First media merupakan yang terbaik dibanding pesaingnya.

5.3.2 Saran Teoritis

1. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan pengujian yang beda terhadap perusahaan pesaing yang membahas harga dan kualitas layanan.
2. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menambahkan variabel lain seperti, promosi, minat beli kembali, dan keputusan pembelian.
3. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil responden dengan perbandingan dengan layanan internet lain agar mendapat perbandingan kualitas dan menciptakan penelitian baru tentang komparasi bisnis layanan internet di Indonesia.