

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana Tri Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 11,952 + 0,399 (X_1) + 0,451 (X_2)$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor harga dan setiap kenaikan satu skor kualitas produk akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,399 dan 0,451 dengan skor pada konstanta 11,952.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh harga dan kualitas produk sebesar 30,9% sedangkan sisanya sebesar 69,1% oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini, seperti kualitas layanan, promosi, faktor emosional, faktor pribadi dan lain sebagainya.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana Tri Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data penelitian, diketahui bahwa pada variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator harapan memiliki skor tertinggi sebesar 21,6%. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan Hutchison 3 Indonesia telah memberikan kualitas yang sesuai dengan harapan kepada pelanggan atas produk yang dihasilkannya. Sedangkan skor terendah adalah indikator kurang memperhatikan merek lain yang sejenis skor sebesar 18,7%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menarik perhatian pelanggan perusahaan Hutchison 3 Indonesia kurang baik

Dari hasil pengolahan data pada variabel harga, terlihat bahwa indikator tertinggi adalah keterjangkauan harga dan daya beli konsumen dengan skor 20,3%. Hal ini menunjukkan bahwa Hutchison 3 Indonesia telah berhasil menciptakan harga produk yang terjangkau sehingga meningkatkan daya beli konsumen. Sedangkan skor terendah 19% adalah indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk . Hal ini membuktikan bahwa pelanggan akan membeli sebuah produk jika kualitas yang didapatkan sebanding dengan harga yang ditawarkan.

Pada variabel kualitas produk dimensi *durability* (daya tahan) memiliki skor terbesar yaitu sebesar 21,7%. Hal ini membuktikan bahwa daya tahan dari produk perusahaan Hutchison 3 Indonesia sudah baik dan memenuhi standar kartu perdana yang baik, untuk itu perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah *reliability* (keandalan) dengan skor 18,2 %. Ini membuktikan bahwa keandalan dari produk perusahaan Hutchison 3

Indonesia kurang baik sehingga tidak memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Mengingat harga dan kualitas produk mempunyai peranan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, maka perusahaan Hutchison 3 Indonesia perlu menciptakan kartu perdana yang memenuhi standar kartu perdana yang baik dengan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan sehingga pelanggan merasa puas dengan produk yang dihasilkan.

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi, maka perusahaan Hutchison 3 Indonesia harus memberikan kualitas yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna kartu perdana Tri, antara lain :

1. Pihak manajemen PT. Hutchison 3 sebaiknya tidak cepat puas dengan pencapaian yang diperoleh, melainkan terus berinovasi agar supaya mampu meningkatkan kualitas produknya. Mengingat kualitas produk mempunyai pengaruh yang penting terhadap kepuasan pelanggan, maka kiranya pihak manajemen PT. Hutchison 3 lebih memperhatikan dan

meningkatkan kualitas produk sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dalam persaingan perusahaan telekomunikasi.

2. Dalam penentuan harga, perusahaan hendaknya tetap mempertahankan harga yang terjangkau agar supaya konsumen tidak akan berpindah ke operator seluler lainnya, mengingat harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan tidak puas maka akan ada kecenderungan bagi pelanggan untuk berpindah ke produk yang lain yang mereka rasa harganya jauh lebih terjangkau.
3. Untuk mahasiswa, diharapkan lebih bijak dalam memilih kartu perdana yang tepat sesuai dengan kebutuhan, karena dengan harga yang murah belum tentu kita mendapatkan kualitas yang baik.