

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah penulis lakukan terkait dengan pengaruh kualitas layanan, harga, dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas layanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal ini dikarenakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung tidak hanya mempertimbangkan kepuasan dari segi kualitas layanan paket internet, melainkan juga dari segi kualitas produk.
2. Secara parsial harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal ini dikarenakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung akan membandingkan harga paket internet Telkomsel dengan paket yang dari operator lain yang sejenis. Ini dilakukan untuk mempertimbangkan sejumlah uang yang telah dikeluarkan untuk membeli produk atau jasa

Yang mampu memberikan kesesuaian dari segi kualitas dan manfaat yang diterima.

3. Secara parsial kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal ini dikarenakan paket internet Telkomsel mampu memberikan rasa percaya dengan menggunakan merek, keamanan dan kejujuran dari produk paket internet kepada pelanggan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
4. Secara simultan kualitas layanan, harga, dan kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal ini dikarenakan ketiga variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini berperan dalam kepuasan pelanggan dengan adanya kesesuaian dengan harapan pelanggan, adanya minat untuk membeli kembali, dan secara sukarela merekomendasikan produk kepada orang lain. Setelah hal-hal tersebut dilakukan oleh pelanggan, maka kepuasan pelanggan dari segi kualitas layanan, harga, dan kepercayaan merek telah tercapai.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka penulis menyarankan:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Telkomsel dapat berupaya meningkatkan kepuasan pelanggannya, karena paket internet Telkomsel telah terkenal dan memiliki produk yang dapat dipercaya. Berbagai fitur pelayanan pelanggan yang dimiliki oleh Telkomsel perlu ditingkatkan sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan menjamin pelanggan tetap bertahan menggunakan paket internet Telkomsel. Selain itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel, perusahaan perlu menetapkan harga yang tidak memiliki perbandingan jauh dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan lain pada produk serupa, sehingga paket internet yang ditawarkan Telkomsel mampu bersaing.

2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian ini, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam hal perilaku konsumen. Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel bebas yang lebih banyak dan bervariasi untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap suatu produk barang ataupun jasa. Peneliti juga menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.