

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan evaluasi pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telkom speedy di Medan, maka penulis menarik kesimpulan dan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam upaya meningkatkan kinerja di masa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 17,292 + 0,191 X_1 + 0,462 X_2 + 0,279 X_3$$

Yang berarti:

- a. Kekuatan X1 (Harga) yang secara langsung menentukan perubahan-perubahan Y (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 19,1% (0,191). Dengan demikian, X1 (Harga) menentukan perubahan Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 19,1% (0,191).
- b. Kekuatan X2 (Kualitas Produk) yang secara langsung menentukan perubahan-perubahan Y (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 46,2% (0,462). Dengan

demikian, X1 (Harga) menentukan perubahan Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 46,2% (0,462).

c. Kekuatan X3 (Kualitas Pelayanan) yang secara langsung menentukan perubahan-perubahan Y (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 27,9% (0,279). Dengan demikian, X3 (Kualitas Pelayanan) menentukan perubahan Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 27,9% (0,279).

2. X1 (Harga), X2 (Kualitas Produk) dan X3 (Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 54,5%. Besarnya pengaruh proporsional yang disebabkan oleh variabel lainnya diluar variabel X1 (Harga), X2 (Kualitas Produk) dan X3 (Kualitas Pelayanan) yaitu sebesar 45,5%.
3. Setelah dilakukan uji hipotesis secara Simultan (Uji F), variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana nilai $F_{hitung} = 38,368 > F_{tabel} = 2,70$.
4. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (Uji t), variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana untuk variabel harga nilai $t_{hitung} = 2,026 > t_{tabel} = 1,661$, variabel kualitas produk $t_{hitung} = 6,161 > t_{tabel} = 1,661$, variabel kualitas pelayanan nilai $t_{hitung} = 4,873 > t_{tabel} = 1,661$. Hal ini menjelaskan bahwa masing-masing variabel independen (Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengemukakan beberapa saran, yaitu:

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Harga memberikan pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Oleh karena itu pihak Telkom Speedy harus memperhatikan kembali kebijakan penetapan harga. Pihak Telkom harus menetapkan harga dengan mempertimbangkan keinginan pelanggan, jadi pihak telkom tidak boleh menetapkan harga dari sisi perusahaan tetapi dari sisi pelanggan juga.
2. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Kualitas produk memberikan pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Oleh karena itu pihak Telkom Speedy harus meningkatkan kualitas produk. Pelanggan puas dengan produk yang berkualitas, pihak Telkom harus mengurangi gangguan-gangguan akses internet, sehingga pelanggan puas menggunakan Telkom Speedy sebagai layanan akses internet.
3. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Oleh karena itu pihak Telkom Speedy harus meningkatkan kualitas pelayanan. Pihak Telkom harus selalu

sedia dan cepat dalam menangani keluhan-keluhan dari pelanggan dan harus melayani pelanggan dengan baik.

4. Penelitian ini masih bersifat umum, karena terlihat masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka penulis menyarankan kepada peneliti berikutnya diharapkan mampu menambah faktor-faktor lain, seperti: nilai emosional, citra perusahaan dan merk produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan telkom speedy di kota Medan. Dengan demikian akan memberikan kontribusi yang baik untuk penelitian selanjutnya mengenai kepuasan pelanggan.