

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini terdapat tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial di Kota Bekasi. Adapun hasil analisis dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan seperti berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial di Kota Bekasi.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial di Kota Bekasi.
3. Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial di Kota Bekasi.
4. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial di Kota Bekasi.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan perusahaan, dan kepada perusahaan Telkomsel dapat memahami kebutuhan dan dapat bersaing dengan promo yang ada. Demikian perusahaan pun harus terus melakukan peningkatan kualitas dengan mengurangi terjadinya gangguan jaringan karena Telkomsel memiliki jangkauan jaringan yang luas. Selain meningkatkan kualitas produk perusahaan sebaiknya monitoring harga dengan para pesaing. Misalnya dengan memberikan inovasi harga sehingga terjangkau untuk semua kalangan, dan mengetahui kebutuhan konsumen agar terus digunakan dan dipilih oleh konsumen dengan harga yang stabil serta didukung dengan signal yang kuat. Hal tersebut dapat mempengaruhi loyalitas terhadap provider yang digunakannya. Promosi juga harus dipertimbangkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan promosi yang dilakukan perusahaan harus memiliki karakteristik atau pembeda

dari pesaing lainnya, seperti memberikan iklan yang menarik perhatian sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Inovasi juga perlu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagi pihak perusahaan dapat terus melakukan inovasi yang dengan diikuti perkembangan yang ada, karena setiap perubahan zaman maka akan berubah pula kebutuhan tiap konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya berfokus terhadap generasi milenial yang berada di Kota Bekasi dan telah menggunakan provider Telkomsel selama 3-5 tahun. Penelitian ini hanya berfokus pada empat variabel, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lainnya seperti *social media marketing*, loyalitas konsumen, citra merek, *brand trust*, kualitas layanan, motivasi dan masih banyak lagi yang dapat menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain hal itu juga untuk mencari tahu lebih dalam lagi mengenai fenomena yang terjadi pada kartu telepon selular.