

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi. Adapun hasil analisis dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan seperti berikut :

1. Kulit produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi.
3. Promosi Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian yang membahas mengenai kualitas produk, harga, dan promosi terhadap mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Fakultas Ekonomi & Bisnis terdapat implikasi manajerialnya sebagai berikut :

## 1. Bagi Perusahaan

Diharapkan kepada perusahaan Smartfren dapat Meningkatkan pengelolaan cangkupan sinyal dan kecepatan internet untuk dapat memastikan kualitas layanan yang konsisten, Termasuk peningkatan responsivitas layanan pelanggan guna membangun reputasi positif, dan memberikan penawaran paket data yang kompetitif atau harga yang cukup bersaing menjadi fokus strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, mengubah *brand image* yang mahal sehingga menjadi *brand image* yang terjangkau, mengikuti *trend*, memahami kebutuhan dan dapat bersaing dengan promosi yang lebih menarik dan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Demikian perusahaan pun harus terus melakukan peningkatan kualitas dengan mengurangi terjadinya gangguan jaringan karena Smartfren 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.

## 2. Bagi Industri

Industri jasa telekomunikasi diharapkan dapat memperhatikan pelanggan melalui sebuah peningkatan kualitas produk, seperti kualitas jaringan dan kualitas sinyal. Pasalnya, penyedia jasa telekomunikasi saat ini menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat. Harga juga dapat menjadi pertimbangan ke depan dengan memastikan kualitas yang baik dan harga yang relatif terjangkau serta dapat di akses oleh semua kalangan. Selain itu, kebutuhan akan pemasaran, termasuk promosi penjualan, semakin meningkat karena semakin ketatnya persaingan dalam industri jasa komunikasi. Peningkatan penjualan diharapkan dengan berhasilnya menjalankan kampanye periklanan dengan karakteristiknya masing-masing. Industri ini juga dapat mengembangkan produknya dengan beradaptasi terhadap perkembangan zaman dan menjawab kebutuhan pelanggan. Perusahaan yang berhasil memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara ini maka akan mempunyai pelanggan yang tetap setia terhadap produknya.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas layanan, kecepatan internet dan responsivitas customer service, dan juga melibatkan inovasi teknologi serta menambahkan variabel independen lainnya seperti *social media marketing*, loyalitas

konsumen, citra merek, brand trust, 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 provider Smartfren. Hal itu dikarenakan keterbatasan penulis dalam meneliti ini.

### **5.3 Saran**

Saran dari saya untuk peningkatan promosi terhadap perusahaan, lebih meningkatkan promosi melalui pertimbangan strategi pemasaran digital, gunakan media sosial, tingkatkan keterlibatan pelanggan, tingkatkan kolaborasi dengan pihak lain, seperti pihak mahasiswa, karena hampir seluruh mahasiswa dapat dikatakan pengguna aktif provider, maka dari itu mahasiswa merupakan sasaran yang pas untuk dijadikan kolaborasi perusahaan.