

## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan, harga jual, dan strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Regional 2. Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan penelitian melalui penyebaran kuesioner dan menggunakan software pengolahan data SPSS 26 yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil pengujian pada variabel kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil  $t$  hitung sebesar 1,810 dan nilai signifikansi sebesar 0,074. Maka disimpulkan jika  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.
- 2) Berdasarkan hasil pengujian pada variabel harga jual tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil  $t$  hitung sebesar 1,816 lebih kecil dan nilai signifikansi sebesar 0,074. Maka disimpulkan jika  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.
- 3) Berdasarkan hasil pengujian pada variabel strategi pemasaran tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.. Dengan hasil  $t$  hitung sebesar 2,508 dan nilai signifikansi sebesar 0,014. Maka disimpulkan jika  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.
- 4) Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga Jual, dan Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan nilai  $F$  hitung sebesar 19,027 dan nilai signifikansi 0,000. Maka disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, serta dengan hasil tingkat koefisien determinasi sebesar 42,2%

## 5.2 Implikasi Manajerial

Adapun implikasi manajerial yang dibuat berdasarkan penelitian sebagai berikut :

1. Dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi evaluasi perusahaan Telkom terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan untuk mendapatkan respon positif serta dapat menjadikan Indihome sebagai salah satu produk yang paling diminati oleh masyarakat.
2. Dengan menentukan harga jual yang dapat diterima oleh masyarakat menjadikan perusahaan Telkom tetap bisa bersaing dari penyedia jasa layanan internet yang lain. Karena akan banyak penyedia jasa layanan internet yang menawarkan harga lebih menarik.
3. Perusahaan Telkom dapat membuat penawaran atau media promosi yang lebih menarik untuk mendapatkan lebih banyak minat dari masyarakat sebagai calon konsumen.

