

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Adapun penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *Perceived Quality*, *Brand Image*, *Purchase Intention* dan *Customer Satisfaction*. Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam hipotesis pertama menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif antara *Perceived Quality* terhadap *Customer Satisfaction*
2. Dalam hipotesis kedua menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif antara *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction*
3. Dalam hipotesis ketiga menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif antara *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention*
4. Dalam hipotesis keempat menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh positif antara *Brand Image* terhadap *Purchase Intention*
5. Dalam hipotesis keenam menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif antara *Purchase Intention* terhadap *Customer Satisfaction*

#### **5.2 Saran**

Dari hasil analisis dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan penulis kepada PT Telekomunikasi Indonesia sehubungan dengan produk Indihome Triple Play adalah:

1. Dari pernyataan yang disampaikan oleh responden terkait variabel *Perceived Quality*, dalam dimensi kualitas jasa (*service quality*) dengan indikator empati yang menyatakan bahwa “Saya merasa karyawan perusahaan mengetahui kebutuhan spesifik yang saya butuhkan terkait produk Indihome” yang merupakan indikator dengan nilai terendah dan indikator jaminan yang menyatakan “Saya merasa perusahaan memberikan jaminan waktu pelayanan secara tepat”. Saran yang dapat peneliti berikan terhadap PT Telkom, yaitu perusahaan harus lebih memperhatikan terkait kebutuhan spesifik terkait produk indihome yang dibutuhkan pelanggan dan juga perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dengan memberikan jaminan

waktu yang tepat sehingga pelanggan akan merasa kualitas dari produk Indihome memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan.

2. Dari pernyataan yang disampaikan oleh responden terkait variabel *Brand Image* , dalam dimensi citra pemakai dengan indikator kemudahan aktifitas digital yang menyatakan bahwa “Produk Indihome memberikan kemudahan dalam berbagai aktivitas digital (seperti Wifi id, telepon mania, MelOn dan Movin') yang merupakan indikator dengan nilai terendah. Saran yang dapat peneliti berikan terhadap PT Telkom yaitu karena pelanggan merasa bahwa layanan *add on* yang sudah diberikan tidak terlalu berpengaruh terhadap persepsi mereka. Sehingga perusahaan harus lebih meningkatkan fasilitas digital yang diberikan dan mengkampanyekan bahwa indihome memiliki layanan *add on* yang bisa digunakan sebagai fasilitas tambahan, supaya citra perusahaan menjadi gambaran yang berada dalam benak konsumen dan dapat diterima secara baik oleh konsumen sehingga membawa persepsi yang positif terhadap produk Indihome.
3. Dari pernyataan yang disampaikan oleh responden terkait variabel *Purchase Intention*, dalam dimensi minat eksploratif dengan indikator perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang menyatakan bahwa “Saya berminat untuk mencari informasi lebih terkait produk Indihome” yang merupakan indikator dengan nilai terendah. Saran yang dapat peneliti berikan terhadap PT Telkom, yaitu perusahaan harus melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat membuat pelanggan lebih berminat untuk mencari informasi terkait produk Indihome untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut misalnya dengan memasang iklan dan *banner* yang menarik untuk mempromosikan keunggulan Indihome dengan kompetitor lain.
4. Dari pernyataan yang disampaikan oleh responden terkait variabel *Customer Satisfaction* , dalam dimensi waktu respon dengan indikator kepuasan yang dirasakan selama menggunakan produk yang menyatakan bahwa “Saya puas dengan pelayanan (*service*) yang diberikan selama berlangganan produk Indihome” merupakan indikator dengan nilai terendah. Saran yang dapat peneliti berikan terhadap PT Telkom, perusahaan tidak hanya fokus terhadap penjualan akan tetapi *after sales* harus diperhatikan yaitu dengan meningkatkan pelayanan waktu respon dan melakukan perbaikan-perbaikan

terhadap kualitas layanan, menangani keluhan-keluhan pelanggan seperti menambah jumlah teknisi yang berfokus terhadap penanganan gangguan agar pelanggan merasa puas telah menggunakan layanan Indihome.