

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna layanan IndiHome di Jakarta, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Peningkatan dalam kualitas produk secara langsung dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, IndiHome harus terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan.
2. Kualitas Layanan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Meskipun kualitas layanan masih berkontribusi positif, perusahaan perlu lebih fokus pada konsistensi dan keandalan layanan yang diberikan kepada konsumen untuk meningkatkan persepsi mereka terhadap kualitas layanan.
3. Citra Merek berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Citra merek yang kuat dan positif mampu menciptakan persepsi yang baik di kalangan konsumen, sehingga penting bagi perusahaan untuk membangun dan mempertahankan citra merek yang positif.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis: Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam layanan internet. Penulis diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk memperdalam pemahaman dalam bidang manajemen pemasaran dan penelitian konsumen, serta menjadikannya sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Pembaca: Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek mempengaruhi kepuasan konsumen. Pembaca, khususnya pelaku usaha dan profesional di industri telekomunikasi, dapat menggunakan informasi ini untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan memahami preferensi konsumen dengan lebih baik.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi peneliti yang tertarik untuk mengeksplorasi topik serupa. Temuan dan kerangka kerja yang disajikan dalam penelitian ini dapat menjadi titik awal untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam, terutama dalam konteks layanan internet dan sektor telekomunikasi di Indonesia.
4. Bagi Perusahaan (IndiHome):
  - a. Peningkatan Kualitas Produk: IndiHome perlu berinvestasi dalam peningkatan kecepatan dan stabilitas layanan internet agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Inovasi produk yang berkelanjutan juga sangat penting untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.
  - b. Fokus pada Kualitas Layanan: Meskipun tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam penelitian ini, IndiHome harus tetap berkomitmen untuk meningkatkan kualitas layanan. Pelatihan rutin untuk staf layanan pelanggan dapat membantu meningkatkan pengalaman interaksi pelanggan.
  - c. Penguatan Citra Merek: IndiHome disarankan untuk melakukan kampanye pemasaran yang lebih terintegrasi, dengan fokus pada penguatan citra merek. Menggunakan media sosial dan platform digital untuk berinteraksi dengan konsumen dapat membantu membangun citra yang positif.
  - d. Monitoring Kepuasan Konsumen: IndiHome harus menerapkan sistem pemantauan yang efektif untuk mengevaluasi kepuasan konsumen secara berkala. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan menyesuaikan strategi bisnisnya.