

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik simpulan penelitian berikut ini:

1. Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa memberikan dampak yang baik bagi peningkatan kepuasan pelanggan, dimana semakin pelanggan yang puas dikarenakan adanya bauran pemasaran yang baik yang diterapkan oleh perusahaan.
2. Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa memberikan dampak yang baik bagi peningkatan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, semakin baik bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan akan membuat pelanggan semakin loyal dan setia terhadap produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan dampak yang baik bagi peningkatan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan atas produk dan jasa perusahaan maka akan semakin baik pula loyalitas pelanggan

bahkan hingga merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada orang lain.

4. Bauran pemasaran jasa secara tidak langsung (melalui kepuasan pelanggan) berpengaruh signifikan dari bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu menjadi variabel intervening yang menstimulasi pengaruh antara bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan agar nilai determinannya menjadi lebih tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan penelitian, maka saran yang diajukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Pentingnya bagi PT. Telkom Gorontalo untuk memaksimalkan bauran pemasaran yakni dengan harga produk dan jasa lebih mudah dari berbagai kompetitor yang memiliki harga yang baik dan produk dan jasa kompetitor terhitung kurang mendapatkan komplein dari masyarakat sehingga Indihome PT. Telkom Gorontalo harus benar-benar dioptimalkan dari sisi kualitas jaringannya yang seringkali tidak dapat beroperasi baik.
2. Peningkatan kepuasan pelanggan sangatlah perlu diperhatikan sehingganya harus ada inovasi produk dan jasa dari PT. Telkom Gorontalo khususnya pada segmentasi paket Indihome. Inovasi dapat dilakukan dengan adanya layanan internet tanpa kabel sehingga seluruh wilayah di Provinsi Gorontalo dapat terlayani dengan baik atau bisa menggunakan produk dan jasa Indihome.

3. Sebaiknya PT. Telkom Gorontalo mengoptimalkan bauran pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sangatlah krusial untuk terus dijaga karena menjadi aspek yang baik dalam meningkatkan pendapatan, karena selama ini ada yang memasang internet Indihome hanya menggunakan 6 bulan selama masa promo setelah itu tidak melanjutkan lagi paket internetnya pada PT. Telkom Gorontalo melainkan menggunakan produk dan jasa internet perusahaan kompetitor yang merupakan Brand Lokal di Provinsi Gorontalo.
4. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangatlah mutlak perlu untuk mendapat perhatian dari seluruh elemen dalam suatu perusahaan. Hal ini dapat muncul dengan terus mempertahankan berbagai kualitas produk dan jasa serta melengkapi dengan berbagai layanan keluhan pelanggan yang dengan segera ditangani oleh karyawan PT. Telkom Gorontalo. Adanya loyalitas pelanggan akan berujung pada pemakaian produk dan jasa secara terus menerus dan merekomendasikan produk dan jasa Indihome pada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan CAPS*. Yogyakarta
- Alma Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta
- Asmuji. 2012. *Manajemen Keperawatan: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Ali Bahasa: Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Dasar-Dasar Pemasaran: Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba 4. Jakarta.
- Christopher H Lovelock dan Lauren K. Right. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih Bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Ke 2 Jakarta: PT. INDEKS
- DR. Ratih Hurriyati. 2015. M.Si. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*
- Griffin, Jill. (2002). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta
- Ghozali, Imam. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*” Semarang: UNDIP.
- Hurriati, Rati. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung Alfabeta
- Hidayat, A. (2009). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Huriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta. Bandung
- Hidayah, Irvan Juliana Nur, Harrie Lutfie. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Perum Perumnas*

- Rumah Subsidi Bumi Parahyangan Kencana Sorean, Bandung 2017*). Journal e-Proceeding of Applied Science. Vol.3, No.2.
- Hermawan Kartajaya. 2003. *Marketing Invenus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Chan, Syafruddin. 2003 *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Huriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- Niode, Idris Y. (2012) *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo (Studi Kasus Industri Meubel di Kota Gorontalo)*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA)* Vol. 4 No. 2 pp 91-101
- Niode, Idris Y, Yusniar Mendo, Rauf Fajrunnisa R. 2020. *Role Of Purchase Decision As A Mediation That Influences Atmosphere Store On Customer Satisfaction. Russian Journal Of Agricultural and Socio-Economic Sciences (RJOAS). ISSUE 7 (103). July 2020 pp. 37-44*
- Oliver, Richard L. (1996). *Satisfaction, A Behavioral Perspective Ontahe Customer* New York: Mc Graw Hill
- Philip, Kotler, 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo
- Philip, Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2 Jakarta: Indeks
- Plilip, Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu Jakarta : Prentice Hall.
- Philip, Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta
- Philip, Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo,
- Philip, Kotler, Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*.

- Prasetio, Rionardo, Kazia Laturette. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Chepito Tour & Travel*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol. 2, No. 3.
- Stanton, William, J., (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid Ke-7, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Selnes, Fred. (1993). *An Examination Of The Efeck Of Product Performance On Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty, European Journal Of Marketing*, Vol. 27, No 9.
- Setiawan, Putu Yudhistira Budi, Ahmad Fudholi, Satibi. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk*. Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi. Vol. 6, No. 2.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Novelia Al-Raafi Rizki Adinda, Joko Widodo, Mukhamad Zulianto. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rm Ayam Bakar Wong Solo Jember*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial. Vol. 12, No. 2.
- Tejantara Andi, Tjok Gde Raka Sukawati. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Niat Pembelian Ulang (Studi Pada Oli Sepeda Motor Merek Eni di Kota Denpasar)*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 7, No. 10.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Tiga*, ANDY: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Yazit 1999. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.