

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel di Kota Gorontalo, yang berarti jika ada peningkatan kualitas produk, maka akan diikuti peningkatan kepuasan pengguna kartu Telkomsel di Kota Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk melalui kinerja, keandalan, dan fitur akan mampu meningkatkan kepuasan dan mampu mempertahankan perusahaan itu sendiri. Kinerja, menjadi sasaran penting yang perlu diperhatikan karena hal ini menjadi pembanding antara produk Telkomsel dengan produk lainnya. Telkomsel sendiri di kota Gorontalo memiliki kualitas jaringan yang baik yang menjadi pemacu meningkatnya kepuasan konsumen. Kualitas produk memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan kartu Telkomsel di Kota Gorontalo.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel di Kota Gorontalo, yang berarti jika pengaruh harga semakin meningkat melalui dimensi (harga sesuai dengan kemampuan, tingkat harga, kesesuaian dengan kualitas) maka akan semakin tinggi juga kepuasan pengguna kartu Telkomsel di kota Gorontalo dan hal ini menandakan bahwa harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan kepuasan pengguna kartu Telkomsel. Indikator Kesesuaian

harga dengan kualitas memiliki pengaruh penting dalam variabel harga, hal ini menggambarkan bahwa konsumen menyatakan harga kartu telkomsel sesuai dengan kualitas yang diberikan. Harga yang tinggi pada kartu Telkomsel mampu menggambarkan kualitas produk produk telkomsel itu sendiri.

3. Kualitas Produk dan Harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel di Kota Gorontalo. Sehingga kualitas produk dan harga menjadi perhatian penting bagi PT.Telkomsel agar mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah peneliti uraikan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. PT. Telkomsel dalam meningkatkan kualitas Produk, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah:
 - a. Kinerja yang perlu diperhatikan adalah peningkatan kualitas jaringan dalam pengiriman SMS, Nelpon, dan kecepatan dalam mengakses internet.
 - b. Fitur yang perlu diperhatikan adalah penyediaan fitur yang lebih lengkap lagi dan lebih bermanfaat, misalnya fitur Telkomsel Poin, tawaran yang disediakan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen seperti tawaran penukaran poin dengan data internet, bonus telpon, pulsa dan lain sebagainya.

- c. Keandalan yang perlu diperhatikan adalah perluasan jaringan kesemua tempat sangat bagus, namun perlu didukung dengan kualitas jaringan yang baik pula, agar mampu mempertahankan konsumen tidak berpindah ke provider lain.
2. PT. Telkomsel dalam meningkatkan pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel hal-hal yang perlu diperhatikan adalah:
 - a. Harga sesuai dengan kemampuan, terjangkau, menyediakan bonus yang bervariasi, serta persaingan harga produk telkomsel dengan provider lain lebih diperhatikan misalnya harga kartu telkomsel disesuaikan, jangan terlalu tinggi, walaupun dari segi keuntungan satuan lebih sedikit namun penjualan tetap lancar.
 - b. Tingkat harga, yang perlu diperhatikan adalah harga (tarif) dalam melakukan panggilan, pengiriman SMS, pembelian kuota internet diusahakan lebih terjangkau, dan tidak memiliki perbedaan yang jauh dari provider lain.
 - c. PT. Telkomsel lebih memperhatikan kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas yang akan didapatkan oleh konsumen. karena kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Jangan mengecewakan konsumen karena kualitas yang tidak baik dan harga yang lebih tinggi, karena ini akan berdampak besar terhadap perusahaan

sendiri. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mendapatkan kepercayaan dari para konsumen.

3. Bagi Akademis di harapkan penelitian ini dapat di gunakan sebagai tambahan informasi dan referensi yang membahas tentang kualitas produk, harga dan kepuasan, dan diharapkan untuk peneliti lain mampu menggali sumber lebih banyak lagi terkait mengapa jaringan telkomsel di kota gorontalo lebih baik daripada di kota-kota terpencil lainnya.
4. Bagi peneliti, diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan variabel lain, dan diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang di dukung dengan teori dan isu-isu terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, T. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Dan Penelitian)*. Andi.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (Ed.); 1 Ed.). Cv. Qiara Media.
- Firmansyah, M. A., Didin, & Fatihudin. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Harahap, M. F. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Dikota Medan)*. 67. [Http://Repository.Umsu.Ac.Id/Handle/123456789/8725](http://Repository.Umsu.Ac.Id/Handle/123456789/8725)
- Hayani. (2020). Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 2, 136.
- Hayati, Y. H., & Sekartaji, G. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *Jimfe (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 49–56. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v1i1.455>
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Unitomo Press.
- Jannah, M. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Untuk Membeli Kue Adee (Kecamatan Meureudu Kab. Pidie Jaya)*. Universitas Islam Negeri.
- Kotler, & Amstrong. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (12 Ed.). Erlangga.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., Pengaruh, D. A., Produk..., K., Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., Adare, D., Ekonomi, F., Unsrat, D. B., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal Emba*, 2(3), 1237–1245. [Www.Telkomsel.Com](http://www.telkomsel.com)
- Nofrianda, H. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Industry/ Toko Bakery Di Kota Bengkulu). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 71–85. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.71-85>

- Roni, A. H. (2016). Program Pascasarjana Universitas Terbuka Jakarta 2013. *Pengaruh Budaya Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia, Motivasi Dan Disiplin Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perkebunan Dan Kehutanan Kabupaten Sarolangun*, 2.
- Sari, D. A. T. (2020). Role Of Consumer Satisfaction In Mediating Effect Of Product Quality On Repurchase Intention. *International Research Journal Of Management, It And Social Sciences*, 7(1), 217–226. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.839>
- Segoro, W., & Widiawati, W. (2019). *The Influence Factors On The Satisfaction Of Telkomsel Sim Card Users In Indonesia*. 307(Sores 2018), 445–446. <https://doi.org/10.2991/sores-18.2019.102>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal Of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (28 Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif R & D* (28 Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif R & D* (28 Ed.). Alfabeta.
- Suhairi, D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Honda Autobest Bandung. *Open Journal Systems*, 14(3), 2539–2548. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/mbi>
- Suryawardani, B., & Wulandari, A. (2020). Determinant Factors Of Customers Switching Behavior To Customer Satisfaction And Loyalty In Online Transportation Users In Bandung. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(1), 12–26. <https://doi.org/10.15294/jdm.v11i1.21432>
- Syaiful. (2020). No Title. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Melalui Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Toko Centro*

Palopo.

Taan, H. (2014). *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Ukm Manufaktur Melalui Inovasi Perusahaan Di Kota Gorontalo.*

Thijoptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian).* Yogyakarta.

Wiswanatha Mada, I. G., & Putri, P. (2021). *Technology Acceptance Model (Tam) For Analysis Of Online Banking Use In Pt Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Gianyar Branch.* 3, 12–18. <https://doi.org/10.4108/Eai.21-12-2020.2305843>