

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan Indosat IM3 pada Warga RW 10, Cengkareng Barat, Cengkareng, Jakarta Barat. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Pada variabel persepsi harga, kedua dimensi memiliki pengaruh yang sama besarnya terhadap kepuasan pelanggan, yaitu faktor pada target dan faktor pada pemersepsi sebesar 50%. Untuk skor dimensi dominan dalam menentukan kepuasan pelanggan, maka dimensi keandalan (*reliability*) merupakan dimensi yang paling dominan dalam menentukan kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 36,06%. Kemudian dimensi empati sebesar 27,07%, indikator kepastian (*assurance*) sebesar 18,57%. Selain itu, dimensi daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh yang paling sedikit terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 18,35%.

Kepuasan pelanggan pada warga RW 10, Cengkareng Barat, Cengkareng, Jakarta Barat ditentukan oleh persepsi harga sebesar 46,95% dan sisanya sebesar

53,05% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti kualitas pelayanan, citra merek, faktor emosional pelanggan, dan ketidakmudahan penggunaan produk.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan Indosat IM3 pada Warga RW 10, Cengkareng Barat, Cengkareng, Jakarta Barat. Hal ini membuktikan bahwa persepsi harga merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini bahwa Indosat IM3 harus dapat memberikan suatu penawaran harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan para pesaingnya agar timbul suatu persepsi yang baik bagi konsumen terhadap harga Indosat IM3.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang memiliki persepsi yang buruk terhadap harga yang ditawarkan, maka akan lebih besar mengalami ketidakpuasan. Hal yang perlu dilakukan Indosat IM3 adalah menanggapi keluhan dan memberikan suatu kelebihan dalam meningkatkan kepercayaan dan harga diri bagi pelanggan Indosat IM3. Selain itu, membuat suatu strategi harga kompetitif yang sesuai dengan kinerja dan citra produk IM3. Hal ini diutarakan karena menurut hasil perolehan skor rata-rata dimensi persepsi harga, dimensi faktor pada target dan faktor pada pemerspsi memiliki skor yang sama besarnya, yaitu sebesar 50%.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, bahwa untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan Indosat IM3, seharusnya *provider* Indosat IM3 dengan menawarkan harga yang baik, sesuai dengan persepsi pelanggan.
2. Dalam menghadapi persaingan, *provider* Indosat IM3 harus dapat mempertahankan para pelanggan dan menciptakan pelanggan baru sebagai pengguna IM3, dengan cara memberikan suatu kelebihan dalam meningkatkan kepercayaan dan harga diri bagi pelanggan Indosat IM3 dan menanggapi berbagai keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan.
3. *Provider* Indosat IM3, sebaiknya dapat membuat suatu strategi harga kompetitif yang sesuai dengan kinerja dan citra produk Indosat IM3 yang diharapkan oleh pelanggan, dengan begitu *provider* Indosat IM3 tidak perlu takut pelanggan akan beralih, karena telah tercipta kepuasan dari para pelanggan.
4. Dalam meningkatkan kepuasan para pelanggan, *provider* Indosat IM3 harus lebih memperhatikan berbagai keluhan yang disampaikan oleh para pelanggannya dan dapat membuat berbagai langkah-langkah serius terhadap penanganan permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan tersebut.