

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji Pengaruh E-WOM, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berlangganan biznet di kota Sidoarjo :

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa E-WOM memberikan kontribusi terhadap Keputusan berlangganan Biznet di Kota Sidoarjo. Semakin banyak review dan ulasan yang menyebutkan produk Biznet dapat mendorong Keputusan Berlangganan terhadap apa yang telah diberikan oleh Biznet.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan memberikan kontribusi terhadap keputusan berlangganan Biznet di Kota Sidoarjo. Kualitas layanan customer service kepada konsumen membuat konsumen merasa puas yang dapat mendorong Keputusan Berlangganan terhadap apa yang telah diberikan oleh Biznet.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian. Perbandingan harga yang dilakukan konsumen terhadap produk sejenis mendorong konsumen melakukan Keputusan Berlangganan terhadap harga yang ditetapkan oleh Biznet.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai unsur pengambilan keputusan, sebagai berikut:

1. Pada variabel E-WOM menunjukkan bahwa banyak konsumen yang melakukan keputusan berlangganan pada produk Biznet melalui media sosial karena calon konsumen saling terkait kepada ulasan produk Biznet. Konsumen Biznet saling terikat dengan para konsumen lain oleh karena itu, peneliti menyarankan agar Biznet selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman dan puas dengan produk Biznet dan memberikan komentar positif pada media sosial.
2. Pada variabel Kualitas Pelayanan menunjukan bahwa banyak konsumen yang beranggapan bahwa customer service yang di lakukan oleh Biznet sangat di rasakan oleh konsumen sehingga konsumen merasa nyaman dan puas dengan produk Biznet dan memberikan komentar positif pada media sosial
3. Pada variabel Persepsi Harga menunjukkan bahwa banyak konsumen yang beranggapan bahwa harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan manfaat yang di dapat konsumen, maka dari itu peneliti berharap Biznet dapat memberi perhatian yang lebih untuk mempertahankan persepsi harga konsumen dengan selalu menawarkan produk yang berkualitas dan sesuai

dengan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa harga yang harus dibayar sudah sepadan dengan manfaat yang konsumen rasakan.

4. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk memasukkan variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Berlangganan agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik.