

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Surabaya. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi harga yang dirasakan pelanggan, maka tingkat kepuasan mereka cenderung menurun.
2. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka ditemukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa faktor terbesar pada persepsi harga adalah kesesuaian harga dengan manfaat. Penyedia layanan perlu memastikan bahwa setiap peningkatan harga disertai dengan peningkatan kualitas layanan yang nyata, seperti kestabilan jaringan atau program value-added services. Selain itu, transparansi informasi mengenai paket dan biaya tambahan juga perlu ditingkatkan

agar pelanggan merasa harga yang dibayarkan sepadan dengan manfaat yang diterima.

2. Mengingat kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terutama pada indikator jaminan yang menjadi faktor terbesar, IndiHome disarankan untuk terus meningkatkan kompetensi staf. Pelatihan berkala mengenai komunikasi interpersonal, pemecahan masalah, serta etika pelayanan perlu dilakukan untuk memperkuat kemampuan staf dalam memberikan pengalaman layanan yang lebih profesional dan memuaskan. Peningkatan sistem respons keluhan, baik melalui layanan daring maupun petugas lapangan, juga menjadi langkah penting untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang konsisten.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti citra merek, promosi, atau pengalaman digital, karena faktor-faktor tersebut juga berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan cakupan wilayah yang lebih luas atau menggunakan metode analisis berbeda agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat dibandingkan dengan temuan sebelumnya. Penggunaan pendekatan mixed-method juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan internet.