

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga pada layanan IndiHome memberikan kontribusi terhadap Minat Beli konsumen di Surabaya, terutama didorong oleh penilaian konsumen atas kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Persepsi Harga meningkat, maka Minat Beli akan meningkat. Semakin konsumen merasa harga IndiHome sepadan dengan manfaat yang didapatkan, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat. Kondisi ini pada akhirnya mendorong tumbuhnya minat beli konsumen terhadap layanan WiFi IndiHome di Surabaya.
2. Citra Merek yang dimiliki IndiHome memberikan kontribusi terhadap Minat Beli konsumen di Surabaya, terutama didorong oleh kesetiaan konsumen untuk tetap memilih dan merekomendasikan IndiHome karena mereknya yang sudah dikenal dan terpercaya. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Citra Merek meningkat, maka Minat Beli akan meningkat. Semakin tinggi kesetiaan konsumen terhadap merek yang sudah lama dikenal luas tersebut, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat. Kondisi ini

pada akhirnya mendorong tumbuhnya minat beli konsumen untuk menggunakan layanan WiFi IndiHome di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, IndiHome memiliki persepsi harga yang baik di mata konsumen Surabaya. Namun demikian, IndiHome perlu terus memperkuat komunikasi mengenai kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima, misalnya melalui transparansi kecepatan aktual, stabilitas koneksi, dan nilai tambah dari paket *bundling*, sehingga konsumen semakin yakin bahwa harga yang ditetapkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, bukan sekadar bersaing melalui penurunan harga secara nominal dibandingkan provider lain seperti Biznet dan First Media.
2. IndiHome harus mempertahankan dan terus memperkuat citra mereknya di tengah persaingan dengan provider lain di Surabaya, dengan cara meningkatkan stabilitas jaringan, mempercepat penanganan keluhan pelanggan, serta mengelola ulasan dan reputasi digital di media sosial. Hal ini penting mengingat tingginya ulasan negatif terkait gangguan layanan dapat mengikis kepercayaan pelanggan apabila tidak segera ditangani secara serius.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Minat Beli, seperti kualitas layanan, promosi, atau *electronic word of mouth* (E-WOM), serta memperbesar jumlah sampel dan memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Kota Surabaya, agar hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas terhadap konsumen layanan WiFi IndiHome di Indonesia.