

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini mengetahui kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dari pelanggan Internet Speedy dari PT Telkom pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang berlangganan internet Speedy dari PT Telkom. Dengan sampel sebanyak 75 maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan mendapatkan tanggapan baik dari responden, kemudian mengenai harga juga semua hasil rekapitulasi pendapat responden adalah baik. Responden merasa puas dari kualitas layanan dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan, akibat dari kepuasan yang diterima oleh responden menyatakan loyal terhadap produk Internet Speedy dari PT Telkom.

Hasil dari analisis path analysis yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 37,6% dan harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 35,7%. Kemudian kualitas layanan tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan, dan harga tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Terakhir adalah tidak ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil dan kesimpulan yang telah didapatkan peneliti, maka peneliti ingin menyarankan beberapa hal baik kepada perusahaan maupun bagi akademisi, yaitu :

### *Simpulan dan Saran*

1. Bagi perusahaan PT Telkom :
  - a. Perusahaan perlu memperhatikan dan memperbaiki pelayanannya agar konsumen merasa sangat puas, dengan cara memperhatikan semua keluhan dari konsumen.
  - b. Perusahaan hendaknya memperhatikan tentang harga yang ditawarkan kepada konsumen, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan apa yang diterima konsumen dan harus dapat bersaing dengan provider lainnya.
  - c. Tingkat kepuasan dan loyalitas yang ditunjukkan terhadap perusahaan menunjukkan nilai yang baik atau puas dan loyal terhadap perusahaan. Perusahaan sebaiknya tetap dapat mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk tetap dapat membina hubungan jangka panjang dan tentu meningkatkan keuntungan yang didapatkan.
  - d. Perusahaan juga sebaiknya fokus pada kualitas pelayanan yang diberikan karena kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi baik terhadap kepuasan pelanggan maupun terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan tidak berbeda secara signifikan dengan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.