

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Telkomsel terhadap minat beli yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan di wilayah Sumatera ", maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas layanan informasi dari Telkomsel di Pulau Sumatera, keseluruhnya berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi.
2. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa minat beli pelanggan terhadap produk Telkomsel di Pulau Sumatera, keseluruhnya berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi.
3. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan dari Telkomsel di Pulau Sumatera, keseluruhnya berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi.
4. Terdapat pengaruh kualitas layanan informasi Telkomsel terhadap kepuasan pelanggan di Pulau Sumatera. Artinya bahwa semakin tinggi kualitas layanan informasi, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli di Pulau Sumatera. Artinya bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka akan semakin meningkatkan minat beli terhadap produk.
6. Terdapat pengaruh kualitas layanan informasi Telkomsel terhadap minat beli di Pulau Sumatera. Artinya bahwa semakin baik/tinggi kualitas layanan informasi, maka akan semakin meningkatkan minat beli terhadap produk.
7. Terdapat pengaruh kualitas layanan informasi Telkomsel terhadap minat beli dimediasi kepuasan pelanggan di Pulau Sumatera. *Artinya pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli semakin positif mana kala dimediasi oleh kepuasan pelanggan.*

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, peneliti mengajukan saran yang dapat dijadikan solusi dari permasalahan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak Telkomsel di wilayah Sumatera dalam meningkatkan minat beli pelanggan yaitu, sebagai berikut:

1. Pihak Telkomsel diharapkan perlu memperhatikan kualitas produk dengan cara memperhatikan kelengkapan produk dengan memperbanyak varian produk agar menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Pihak Telkomsel perlu meningkatkan dan memperbaiki semua chanel layanan informasi : website, call center, graPARI, dan akun media socialnya dengan berbagai informasi yang lebih menarik, inovatif sehingga menimbulkan gairah pelanggan untuk mendapatkan informasi terupdate mengenai produk /layanan dari Telkomsel
3. Pihak Telkomsel lebih berani dan memaksimalkan promosi dengan memanfaatkan semua channel layanan informasi sebagai sarana promosi semua produk/layanan dengan periodic yang lebih sering : bulanan, triwulanan, semesteran, atau tahunan sehingga dapat mempengaruhi para pelanggannya agar melakukan keputusan pembelian secara continue.
4. Pihak Telkomsel harus dapat mempertahankan harga secara long time, namun jika diperlukan adanya kenaikan pada harga produk/layanan, maka pihak Telkomsel harus menyesuaikan dengan kualitas dan pelayanan yang lebih diberikan kepada pelanggannya.
5. Pihak Telkomsel perlu mempertahankan komunikasi yang sudah terjalin baik selama ini kepada pelanggan dan memberikan engagement yang berkesinambungan kepada pelanggan berdasarkan skala prioritas profile pelanggan, baik yang regular maupun vip (prestige).
6. Pihak Telkomsel perlu memberikan percepatan terhadap complain handling atas keluhan pelanggan yang disampaikan dimediasi semua chanel layanan informasi. Sehingga kepuasan/kepercayaan pelanggan tetap terjaga yang pada akhirnya akan mendapatkan pelanggan yang loyal untuk waktu yang lama.

7. Untuk meningkatkan minat beli, maka pihak Telkomsel disarankan untuk terus membuat program reward/insentif bagi para pelanggan, seperti program Telkomsel Poin atau program gimmick lainnya, karena dengan adanya program reward/insentif yang akan diterima langsung oleh pelanggan, dapat menimbulkan ketertarikan minat untuk membeli produk.