

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah menganalisis serta evaluasi data dan mendapatkan hasil penelitian serta diuraikan dalam pembahasan maka peneliti menarik kesimpulan bahwa :

1. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Studi Kasus pada mahasiswa/I Universitas Potensi Utama dalam hal keandalan (*Reabilty*), daya Tanggap, empati dan penampilan fisik
2. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel Harga (X2) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Studi Kasus pada mahasiswa/I Universitas Potensi Utama dalam hal keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa penilaian konsumen, daya saing, kesesuaian harga dengan manfaat konsumen.
3. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel Promosi (X3) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Studi Kasus pada mahasiswa/I Universitas Potensi Utama dalam hal periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat.
4. Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis secara simultan pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) berpengaruh Positif Dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Studi Kasus pada mahasiswa/I Universitas Potensi Utama dalam hal kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pihak Telkomsel disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari segi performance, dengan cara meningkatkan lagi kualitas jaringan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, melakukan monitoring harga, misalnya dengan menggunakan strategi harga sesuai dengan kemampuan para konsumen, sehingga dapat terjangkau semua kalangan, dan pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi pihak Telkomsel agar menciptakan inovasi dalam pembuatan promosi dengan memperhatikan kualitas pesan promosi agar menghasilkan sebuah iklan yang efektif, sehingga produk Telkomsel yang diiklankan sesuai dengan kualitas yang diharapkan oleh konsumen dan pada akhirnya konsumen menjadi puas.
3. Bagi peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap kepuasan Pelanggan kartu prabayar Telkomsel, hal ini dikarenakan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi mampu menjelaskan 7,2% kepuasan pelanggan dan masih ada sisanya sebesar 92,8 % dijelaskan oleh variabelvariabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.