

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Promosi dan Citra merek terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome PT.Telkom Kota Bandung maka simpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Variabel Promosi di IndiHome Kota Bandung pada penilaian terkecil dari hasil jawaban Responden yaitu dimensi *Direct Marketing* meskipun masih dalam kategori Baik, Hal ini terjadi karena responden menyatakan masih kurang memahami produk Indihome yang disampaikan melalui brosur ataupun Telemarketer.

Hasil penelitian Variabel Citra Merek di Indihome Kota Bandung pada penilaian terkecil dari hasil jawaban responden yaitu dimensi Sikap dan Prilaku merek menyatakan Cukup Baik. Hal ini terjadi karena konsumen kurang merasakan pelayanan yang baik dan berkurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk Indihome.

Hasil penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan di IndiHome Kota Bandung pada penilaian terkecil berada pada dimensi Kesiediaan Merekomendasikan, Hal ini disebabkan kurang tertariknya responden untuk merekomendasikan produk Indihome kepada teman dan kerabatnya, karena responden lebih membutuhkan provider yang memiliki koneksi yang cepat dan stabil.

2. Pada hasil Uji t diperoleh kesimpulan bahwa Variabel Promosi berpengaruh positif sebesar 1,08% namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ini menunjukkan bahwa Promosi tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dapat disebabkan kurang kuatnya Promosi terhadap terbentuknya Kepuasan pada pelanggan.
3. Pada hasil penelitian mengenai Variabel Citra Merek memiliki hubungan positif sebesar 26,8% terhadap Kepuasan Pelanggan. Penilaian Responden tertinggi pada Variabel Citra Merek yaitu pada Dimensi Identitas Merek, karena sebagian Responden sudah mengenal dan mengingat Nama, Bentuk, Warna, Logo dan Slogan yang diterapkan oleh Indihome. Sedangkan penilaian terendah yaitu pada Dimensi Sikap dan Prilaku merek, hal ini karena masih kurangnya kepercayaan Responden terhadap merek tersebut dan masih kurangnya pelayanan yang diberikan.
4. Berdasarkan hasil penelitian Promosi dan Citra Merek berpengaruh Positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 27%. Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan dikarenakan Indihome melakukan Promosi dengan berbagai Media baik itu media sosial atau media cetak, sehingga produk Indihome mudah dikenal oleh Konsumen. Citra Merek berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan dikarenakan kepercayaan pelanggan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan. Adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa semakin meningkatnya Citra Merek maka semakin naik pula tingkat kepuasan pelanggan pada Indihome Kota Bandung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dapat diuraikan beberapa permasalahan yang terjadi pada Indihome PT.Telkom Kota Bandung. Oleh karena itu penulis perlu memberikan beberapa rekomendasi berkaitan dengan pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Kepuasan pelanggan pada IndiHome PT.Telkom Kota Bandung. Hal ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi IndiHome PT.Telkom Kota Bandung

1. Berdasarkan gambaran responden mengenai *Direct Market* penilaian responden mengatakan Baik dan Terendah, dalam Hal tersebut pihak Indihome harus meningkatkan lagi penjualan yang dilakukan secara langsung berinteraksi dengan konsumen, baik itu penjualan didalam sebuah *event* yang dilakukan diruang publik atau di flaza Telkom itu sendiri, agar pelanggan lebih memahami produk-produk yang ditawarkan IndiHome.
2. Berdasarkan gambaran responden mengenai sikap dan Prilaku merek penilaian responden mengatakan Cukup Baik, dalam hal tersebut pihak IndiHome harus meningkatkan Sikap dan Prilaku Indihome terhadap pelanggan. Baik itu meningkatkan pelayanan yang cepat tanggap, memberikan *reward* kepada pelanggan atau meningkatkan stabilitas koneksi Internet agar kepercayaan pelanggan semakin meningkat terhadap IndiHome PT.Telkom Kota Bandung.
3. Dilihat dari kedua Dimensi yang penilaiannya masih berada didalam kategori Cukup Baik. Dalam hal ini perlu diperhatikan oleh IndiHome

mengenai beberapa faktor yang menyebabkan sebagian pelanggan kurang puas. Salah satunya yaitu mengenai *realisasi* layanan Indihome yang kurang sesuai dengan yang di Promosikan. Atau IndiHome dapat meningkatkan kepercayaan merek dengan cara meningkatkan kualitas dan kegunaan layanan Indihome yang sesuai dengan kebutuhan Pelanggan dan mengikuti perkembangan jaman agar pelanggan tidak jenuh dan kepuasanpun akan meningkat.

4. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian tentang faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain dari Promosi dan Citra Merek, sehingga perusahaan akan mengetahui faktor – faktor lain yang mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan.