

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berikut adalah kesimpulan dari hasil penelitian ini, yaitu :

1. Rata-rata pelanggan memberi penilaian baik pada variabel citra merek, harga dan kualitas produk.
2. Variabel citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berlangganan Speedy.
3. Pengujian secara parsial terhadap ketiga variabel citra merek, kualitas produk, dan harga diperoleh hasil sebagai berikut :
  - a. Variabel citra merek secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berlangganan Speedy.
  - b. Variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan berlangganan Speedy.
  - c. Variabel kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berlangganan Speedy.
  - d. Kualitas produk merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan berlangganan Speedy, diikuti oleh citra merek dan harga.

#### **5.2. Saran**

Dari hasil penelitian ini, dapat diberikan beberapa saran yang ditujukan kepada PT. Telkom sebagai pemilik produk Speedy, yaitu :

1. PT. Telkom dapat mempertahankan strategi yang sudah ada. Namun demikian, perusahaan harus terus berusaha untuk membenahi ketiga variabel citra merek, kualitas produk dan harga agar memenuhi harapan semua pelanggan, karena masih cukup banyak pelanggan yang memberi penilaian kurang pada ketiga variabel tersebut. Selain itu, ketiga variabel ditemukan berpengaruh terhadap keputusan berlangganan Speedy.

2. Kualitas produk memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan berlangganan Speedy, maka PT. Telkom harus lebih memfokuskan pada upaya untuk meningkatkan kualitas produknya, terutama peningkatan percepatan penanganan gangguan.

Saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya yaitu:

3. Untuk mengetahui nilai citra merek, harga dan kualitas produk menurut pelanggan serta untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan berlangganan Speedy secara lebih luas, maka perlu dilakukan penelitian yang sama di daerah lain.
4. Perlunya dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain selain ketiga variabel dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam berlangganan Speedy.