

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka ada beberapa hal yang bisa peneliti simpulkan, yaitu:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan kartu IM3 Ooredoo di Batam.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan kartu IM3 Ooredoo di Batam.
3. Promosi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan kartu IM3 Ooredoo di Batam.

#### **5.2. Saran**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, berikut beberapa hal yang bisa peneliti sarankan, yaitu:

1. Dalam hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh indikator yang ada pada variabel promosi, item pernyataan yang memiliki nilai terkecil yaitu “Humas provider IM3 Ooredoo sangat terampil dan ramah dalam menjelaskan produk IM3 Ooredoo kepada masyarakat”. Oleh karena itu, disarankan agar pihak humas IM3 Ooredoo lebih ramah dan jelas dalam

menyampaikan produk atau menjawab keluhan masyarakat agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan IM3 Ooredoo.

2. Dalam hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh indikator yang ada pada variabel kualitas produk, item pernyataan yang memiliki nilai terkecil yaitu “IM3 Ooredoo lebih baik dibandingkan provider telekomunikasi lainnya”. Oleh karena itu, pihak IM3 Ooredoo disarankan untuk memperbaiki kualitas jaringan, memperluas jaringan sampai ke daerah terpencil, dan memperbanyak gerai IM3 Ooredoo untuk memudahkan pelanggan jika mengalami kerusakan. Jika hal ini dapat dilakukan tentu akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan.
3. Dalam hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh indikator yang ada pada variabel kepuasan pelanggan, item pernyataan yang memiliki nilai terkecil yaitu “Saya tidak terganggu dengan iklan IM3 Ooredoo”. Oleh karena itu, pihak IM3 Ooredoo disarankan untuk tidak berlebihan dalam mempromosikan produk yakni melakukan promosi di jam-jam yang wajar terutama pada saat mengirimkan SMS promosi, memperhatikan intensitas atau banyaknya SMS promosi yang dikirim, dan menggunakan bahasa yang jujur dan mudah dipahami oleh pelanggan.

4. Karena peneliti kali ini hanya membahas dampak promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, peneliti selanjutnya disarankan dapat meneliti variabel lain yang juga memengaruhi kepuasan pelanggan dan tidak terbatas hanya di Kota Batam saja agar penelitian yang dilakukan lebih sempurna.