

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Internet Service Provider (Studi pada Pelanggan JSN Kendal), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang diterima menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada layanan JSN Kendal.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap aspek keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), empati (empathy), jaminan (assurance), dan bukti fisik (tangible), maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Kualitas pelayanan yang prima menjadi faktor penentu dalam menjaga loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan.

3. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dibentuk oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari sinergi antara harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang konsisten. Peningkatan kepuasan pelanggan memerlukan strategi integratif yang mengoptimalkan kedua faktor tersebut secara bersamaan.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil temuan pada Bab IV Pembahasan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen JSN Kendal dan peneliti selanjutnya:

1. JSN Kendal disarankan untuk secara berkala melakukan survei persepsi harga dan analisis perbandingan tarif dengan kompetitor. *Strategi value based pricing* dapat diterapkan, dimana *strategi value based pricing* bagi JSN Kendal berarti menetapkan harga layanan internet sedikit lebih tinggi dari pesaing, tetapi diimbangi dengan nilai tambah seperti respon cepat layanan 24 jam, garansi uptime, dan bonus layanan tambahan sehingga pelanggan merasa harga sepadan dengan manfaat yang diterima.
2. Berdasarkan hasil analisis, kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi reliability (keandalan) dan responsiveness (daya tanggap) menjadi aspek yang sangat krusial, mengingat sifat layanan ISP yang rawan gangguan teknis. JSN

Kendal perlu memastikan kecepatan respon dalam menangani keluhan tetap konsisten, bahkan pada jam sibuk. Hal ini dapat dicapai dengan menambah jumlah teknisi lapangan, mempercepat sistem penugasan, serta menggunakan teknologi monitoring jaringan secara real-time agar masalah dapat diantisipasi sebelum dikeluhkan pelanggan.

3. Temuan simultan pada uji F membuktikan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, peningkatan kepuasan tidak dapat mengandalkan salah satu faktor saja. Oleh karena itu, kebijakan harga harus dirancang bersamaan dengan peningkatan pelayanan. Misalnya, ketika dilakukan penyesuaian harga, perusahaan dapat mengkomunikasikan peningkatan layanan yang diiringi, seperti peningkatan kecepatan internet, perluasan cakupan jaringan, atau peningkatan jam operasional customer service. Transparansi ini akan menjaga kepercayaan pelanggan dan mengurangi potensi churn.
4. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis, masih terdapat keluhan terkait kecepatan respons dalam penanganan gangguan. JSN Kendal dapat mengembangkan sistem digital terintegrasi seperti aplikasi seluler atau portal web yang memungkinkan pelanggan melaporkan gangguan, memantau status perbaikan, mengakses panduan solusi cepat (self-service troubleshooting), serta menghubungi customer service secara langsung. Inovasi ini akan mempercepat penanganan masalah sekaligus meningkatkan kepuasan melalui pengalaman layanan yang lebih interaktif dan transparan.

5. Saran untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel harga dan kualitas pelayanan. Berdasarkan literatur dan hasil pembahasan, variabel lain seperti brand image, kualitas jaringan teknis (network quality), promosi, atau faktor psikologis pelanggan berpotensi memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian yang memasukkan variabel-variabel tersebut serta mempertimbangkan penggunaan metode mixed method agar dapat menggali data kualitatif yang lebih mendalam terkait persepsi dan harapan pelanggan.