

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kajian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas pelayanan memberikan dampak yang positif dan bermakna secara statistik terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Lotu. Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh lebih dominan dibanding strategi pemasaran, yang berarti pengalaman layanan nyata seperti kecepatan aktivasi, ketepatan transaksi, dan responsivitas customer service Kedua faktor tersebut berperan sebagai pendorong utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Secara bersama-sama, variabel-variabel ini mampu menerangkan 50,3% fluktuasi pada variabel dependen, sementara 49,7% varians lainnya dijelaskan oleh elemen-elemen eksternal yang tidak tercakup dalam kerangka analisis ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, PT Narindo disarankan memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan dengan menetapkan standar waktu aktivasi, mempercepat respons terhadap keluhan, dan memastikan akurasi proses transaksi. Strategi pemasaran perlu diselaraskan dengan bukti layanan yang konsisten, khususnya pada kanal marketplace, agar klaim promosi sesuai dengan pengalaman pelanggan. Selain itu, program loyalitas lokal dan sinkronisasi informasi lintas kanal dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Untuk pengembangan riset mendatang, perlu dipertimbangkan perluasan model dengan memasukkan faktor-faktor tambahan seperti tingkat harga, ekuitas merek, serta pengalaman pembelian sebelumnya, serta memperluas objek penelitian ke lokasi lain untuk meningkatkan validitas hasil.