BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi terhadap Harga Blitzpot di Kota Cimahi tergolong cukup sesuai, namun beberapa responden masih menganggap bahwa harga yang ditawarkan PT Blitz Network Solution terhadap Merek dagangnya Blitzspot masih lebih mahal dari pesaing dan menurut komentar responden masih ada gangguan jaringan yang terjadi sehingga menyebabkan responden menganggap harga dengan kualitas masih belum sesuai.
2. Citra merek PT Blitz Network Solution dengan merek dagang Blitzspot di Kota Cimahi dinilai cukup baik di mata responden, hal ini dilihat dari hasil uji deskriptif bedasarkan pengumpulan data dari responden yang kemudian diolah. Namun citra merek tersebut hanya cukup baik di mata pelangga yang berada diwilayah Cimahi kota saja sehingga untuk diluar wilayah tersebut merek Blitzspot dari PT Blitz Network Solution belum cukup di kenal selain itu manfaat dari merek belum terlalu dirasakan dengan baik walau dari segi harga telah sesuai dengan manfaat namun dari segi merek Blitzspot masih belum dapat menunjukkan bahwa manfaat yang di tawarkan sampai secara utuh ke consumen karena sering kali *signal* terganggu akibat cuaca .

3. Keputusan konsumen dalam memutuskan berlangganan layanan internet Blitzpot di Kota Cimahi Di lihat dari hasil olah data spss menandakan cukup baik, serta adanya tanggapan positif pasca memutuskan berlanggan layanan ini, banyak responden merasa cukup puas dan akan merekomendasikannya kekerabat serta orang lain untuk menggunakan layanan ini, namun tidak sedikit pula pelanggan mengatakan mereka mereka cukup setuju untuk beralih jika ada layanan internet yang dianggap lebih unggul selain itu beberapa responden menunjukkan bahwa dalam pencarian informasi mereka lebih memilih informasi berasal kerabat di bandingkan dari media informasi yang ada .
4. Persepsi harga pelanggan terhadap keputusan konsumen dalam berlanggan layanan internet Blitzspot dari hasil olah data diketahui Secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan, selain persepsi harga citra merek terhadap keputusan konsumen dalam berlanggan layanan internet Blitzspot juga diketahui memiliki pengaruh signifikan, Tidak hanya Secara parsial Pengaruh secara simultan persepsi harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam berlanggan internet blitzspot.

5.2. Saran

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mencoba memberikan saran atau solusi guna memecahkan masalah pengaruh antara Persepsi harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen dalam

berlanggan Internet blitzspot. Adapun saran dan solusi dari penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan melakukan peningkatan kualitas dengan mengganti atau menambahkan alat baru serta pilihan layanan internet yang awalnya hanya berbasis *wireless* dengan kabel optic yang dimana biaya bisa lebih murah serta memiliki jaringan yang lebih stabil sehingga harga penetapan harga dapat lebih murah.
2. PT Blitz network solution harus melakukan pemasran yang lebih gencar agar citra merek dari merek dagang Blitzspot dapat menyebar lebih luas tidak hanya di dalam wilayah pusat KotaCimahi saja, namun dapat menarik calon pelanggan dari luar wilayah tersebut contoh dengan cara melakukan pemasran lewat internet tidak hanya fokus melakukan pemasaran saja, peningkatan alat juga harus dilakukan sehingga PT Blitz network solution dapat meningkatkan segi manfaat yang di berikan kepada konsumen dengan baik agar berkurangnya keluhan dari konsumen .
3. Perusahaan harus melakukan inovasi, meningkatkan layanan, melakukan pelatihan mengenai produk kepada tenaga pemasaran agar dapat meyakinkan calon pelanggan bahwa layanan internet yang di berikan sangat baik kepada pelanggan agar pelanggan senantiasa merekomendasikannya kepada kerabat dan saudara, selain itu informasi mengenai paket dapatnya di jelaskan secara singkat dan terperinci pada semua media pemasaran yang di gunakan.