

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kualitas produk, termasuk kecepatan akses, kestabilan jaringan, dan kecepatan unduh, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Semakin baik kualitas produk, semakin tinggi kecenderungan pelanggan untuk memilih layanan IndiHome.

Brand Image/ Citra merek yang positif juga memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih IndiHome karena kepercayaan terhadap reputasi dan citra yang telah terbangun, meskipun terdapat persaingan ketat dengan merek lain seperti First Media dan Biznet.

Persepsi Harga layanan IndiHome, meskipun cenderung lebih tinggi dibandingkan kompetitor, tetap memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen mempertimbangkan keseimbangan antara harga yang ditawarkan dengan manfaat layanan yang diterima.

B. SARAN

IndiHome perlu terus meningkatkan kualitas layanan internet, terutama kestabilan jaringan dan kecepatan akses, untuk menjaga kepuasan pelanggan dan memperluas pasar.

Penguatan Brand Image Upaya promosi dan pemasaran yang berfokus pada inovasi layanan serta meningkatkan reputasi merek harus terus dilakukan, termasuk mendapatkan lebih banyak penghargaan seperti *Top Brand Award*.

Penyesuaian Strategi Harga Untuk meningkatkan daya saing dengan kompetitor seperti First Media dan Biznet, IndiHome dapat mempertimbangkan paket harga yang lebih fleksibel atau promosi tertentu agar tetap kompetitif di pasar.

Peningkatan Pelayanan Pelanggan Selain aspek teknis, IndiHome juga perlu berfokus pada peningkatan layanan pelanggan untuk memperbaiki pengalaman konsumen, sehingga tercipta loyalitas yang lebih baik terhadap produk.