

BAB V

PENUTUP

Pada bagian akhir ini, penulis menyampaikan simpulan dari keseluruhan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, disertai dengan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, para pembaca, serta seluruh pihak yang berkepentingan.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kajian teoritis yang dilakukan selama pelaksanaan magang di PT. PLN Icon Plus Kantor Perwakilan Padang, penulis dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumen terhadap kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu:

1. Faktor Budaya: Budaya masyarakat Kota Padang yang mengutamakan keterbukaan, kecepatan pelayanan, dan kejujuran sangat memengaruhi ekspektasi pelanggan.
2. Faktor Sosial: Kelompok acuan seperti keluarga, teman, dan komunitas *digital* memiliki pengaruh kuat dalam keputusan konsumen menggunakan layanan ICONNET. Rekomendasi dari pengguna lain terbukti menjadi dorongan penting dalam membentuk kepercayaan terhadap layanan yang ditawarkan.
3. Faktor Pribadi: Perbedaan latar belakang konsumen, baik dari segi pekerjaan, pendapatan, maupun gaya hidup, memengaruhi preferensi dalam memilih layanan.

Pelanggan rumah tangga lebih mementingkan harga dan kemudahan akses, sementara pelaku usaha lebih memperhatikan kestabilan dan kecepatan koneksi.

4. Faktor Psikologis: Persepsi positif, motivasi tinggi, dan sikap percaya terhadap merek ICONNET menjadi faktor psikologis yang meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan merasa nyaman dan puas karena pengalaman layanan yang baik dan mudah diakses.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah penulis lakukan selama menjalani kegiatan magang di PT. PLN Icon Plus Kantor Perwakilan Padang, serta mempertimbangkan kekurangan perusahaan dalam upaya memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi keberlangsungan dan pengembangan pelayanan perusahaan ke depannya.

1. Perusahaan diharapkan dapat menyesuaikan layanan berdasarkan karakteristik segmen pelanggan (rumah tangga, UMKM, institusi) agar kebutuhan spesifik setiap kelompok dapat terpenuhi secara optimal.
2. Perusahaan diharapkan dapat melakukan pemeliharaan jaringan yang lebih rutin serta peningkatan kapasitas teknisi agar dapat merespon keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien.
3. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan literasi *digital* pelanggan melalui pelatihan singkat, konten edukasi *digital* di media sosial, dan panduan penggunaan aplikasi MyICON+.