

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT Telkom Indonesia Kantor Daerah Telekomunikasi (Kandatel) Kota Padang mengenai perancangan strategi pengembangan produk *bundling Indihome 3Play* diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai kesenjangan (*gap*) yang terjadi pada variabel pelayanan menggunakan metode *Servqual* adalah *Customer Satisfaction* -1,102 persentase 19,6%, Dimensi *assurance* -0,872 persentase 16,75%, Dimensi *responsiveness* -0,815 persentase 15,66 %, Dimensi *reliability* -0,812 persentase 15,6%, Dimensi *empathy* -0,6225 persentase 11,96 %, *Customer Loyalty* -0,5917 persentase 11,37 %, Dimensi *tangible* -0,4714 persentase 9,06 %. Nilai persentase yang didapatkan menunjukkan seberapa besar harapan pelanggan *Indihome* tidak terpenuhi oleh pelayanan yang ada saat ini. Pada tingkat kepuasan pelanggan *Indihome* sebesar 84,13% yang memiliki rata – rata tinggi.
2. Posisi PT Telkom Indonesia Kandatel Padang berdasarkan matriks Internal Eksternal berada pada kuadran I, dimana posisi tersebut menunjukkan bahwa kondisi internalnya kuat dan eksternalnya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa PT Telkom Indonesia Kandatel Padang Padang mampu bersaing dengan lingkungan bisnisnya.
3. Strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh PT Telkom Indonesia Kandatel Padang adalah strategi intensif yang terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

## 6.2 Saran

Untuk penelitian lebih lanjut, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam perancangan strategi selanjutnya perlu dilakukan evaluasi terhadap pencapaian strategi yang sebelumnya digunakan untuk menjadi masukan bagi perancangan strategi berikutnya.
2. Studi kasus dapat diperluas tidak hanya produk *bundling indihome* area Padang.

