

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian yang sudah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian pada Bab 1 yaitu sebagai berikut:

1. Berdasar pada hasil uji hipotesis, terpaan promosi penjualan berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan dengan signifikansi sebesar 0,003 dan koefisien korelasi sebesar 0,291 atau 29,1% sehingga memiliki hubungan yang lemah. Semakin tinggi terpaan promosi penjualan Indosat/IM3 Ooredoo maka semakin besar kemungkinan pelanggan loyal terhadap Indosat/IM3 Ooredoo.
2. Berdasar pada hasil uji hipotesis, *brand trust* berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan Indosat/IM3 Ooredoo dengan signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien korelasi sebesar 0.497 atau 49,7% sehingga memiliki hubungan yang kuat. Semakin tinggi kepercayaan terhadap Indosat/IM3 Ooredoo maka semakin besar kemungkinan untuk pelanggan loyal terhadap Indosat/IM3 Ooredoo.
3. Diantara kedua hasil dari uji hipotesis yang dilakukan, *brand trust* memiliki hubungan yang lebih kuat dibandingkan dengan terpaan promosi penjualan.

5.2. Saran

1. Berdasarkan hasil temuan, masih banyak responden yang tidak mengingat macam promosi penjualan beserta keuntungan yang diberikan oleh Indosat/IM3 Ooredoo terhadap pelanggannya. Saran penulis terhadap Indosat/IM3 Ooredoo adalah dapat membuat promosi penjualan dengan konten yang menonjolkan kelebihan di setiap promosinya secara lugas, dan dibuat lebih menarik.

2. Berdasarkan hasil temuan, presentase responden yang terterpa promosi penjualan sebanyak lebih dari 9 kali dalam sebulan masih rendah yaitu diangka 7%, sehingga frekuensi pemberian promosi harus lebih ditingkatkan agar terpaannya meningkat.
3. Berdasarkan hasil temuan, presentase responden yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan bahwa jaringan Indosat/IM3 Ooredoo dapat menjangkau daerah-daerah pelosok tergolong tinggi yaitu di angka 23%. Maka penulis memberi saran agar Indosat/IM3 Ooredoo dapat meningkatkan kepercayaan dengan memperluas jaringan dan meningkatkan kualitas jaringan di daerah-daerah pelosok guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.3. Rekomendasi

1. Indosat/IM3 Ooredoo sebaiknya meninjau kembali bagaimana loyalitas pelanggannya dan faktor apa yang perlu ditingkatkan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Penulis memberi rekomendasi kepada peneliti yang ingin meneliti hal sejenis pada merek Indosat/IM3 Ooredoo, dapat melakukan pengkajian variabel lainnya yang berhubungan kuat dengan loyalitas pelanggan misalnya tingkat kepuasan.