

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran setelah dilakukannya penelitian dan pengujian data terkait pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan studi kasus yang dilakukan pada pengguna Telkomsel yang ada di Kota Madiun.

#### **1.1. Kesimpulan**

Berlandaskan penelitian yang sudah dilaksanakan yaitu perihal pengaruh dari variabel kualitas produk dan brand image pada tingkat loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, diperoleh kesimpulan sebagaimana berikut:

1. Hasil pada variabel kualitas produk (X1) menunjukkan pengaruhnya yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan.
2. Hasil variabel brand image (X2) berpengaruh positif dan signifikan pada variabel loyalitas pelanggan.
3. Hasil terhadap loyalitas pelanggan (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z).
4. Hasil terhadap kualitas produk (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z).
5. Hasil terhadap brand image (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z).
6. Hasil terhadap variabel kualitas produk (X1) dan variabel brand image (X2) secara simultan berpengaruh yang positif dan signifikan pada variabel loyalitas pelanggan (Y). Maka semakin baik variabel kualitas produk (X1) dan

variabel brand image (X2) akan mendorong keinginan konsumen Kota Madiun untuk melakukan aktivitas pembelian kartu perdana Telkomsel.

## **1.2. Saran**

Berlandaskan kesimpulan yang telah diperoleh pada penelitian kali ini, selanjutnya akan diberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam peningkatan ataupun mempertahankan loyalitas pelanggan dari konsumen Telkomsel Kota Madiun adalah berikut:

1. Temuan kajian kali ini memperlihatkan bahwa kualitas produk Telkomsel sudah cukup baik, tetapi terdapat hal-hal yang perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, ditunjukkan bahwa brand image dari Telkomsel sudah baik. Tetapi ada hal yang perlu diperhatikan pada beberapa indikator pertanyaan yang memiliki nilai rendah. Kedepannya mungkin dapat memberikan perhatian dan pengarahan kepada customer care agar dapat memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen Telkomsel agar nantinya konsumen merasa puas dan dapat berpengaruh kepada calon konsumen lainnya dalam melakukan pembelian.
3. Perlu dilakukan adanya penelitian kian lanjut dari manajemen Perusahaan atau pihak asing terkait dengan variabel-variabel lainnya selain yang ada di penelitian ini, sebab penelitian yang dijalankan sekarang memiliki keterbatasan, sehingga masih ada beberapa hal yang mampu menjadi masalah atau memberi pengaruh Telkomsel nantinya seperti variabel purchase intention dan sebagainya.