

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1. SIMPULAN**

Loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau merek dapat dilihat dari pengulangan dalam membeli serta menggunakan suatu produk atau merek dan ini merupakan hasil dari kepuasan dan pengalaman pelanggan yang positif dalam menggunakan produk atau merek tersebut. Ketika pelanggan setia menggunakan produk atau merek pelanggan tentunya akan rela membayar lebih selama mendapatkan kualitas yang sesuai dengan apa yang diharapkannya. Sebagai suatu perusahaan pada bidang jasa telekomunikasi tentunya mempertahankan dan membangun loyalitas pelanggan sangatlah penting agar tetap mampu mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan telekomunikasi harus mampu menciptakan kualitas yang tinggi dan memberikan kepuasan kepada pelanggan agar mampu menjawab kebutuhan pelanggan. Berikut akan dipaparkan hasil kesimpulan dari tujuan penelitian, sebagai berikut :

- Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan, dimana nilai  $t_{hitung} 3.883 < t_{tabel} 1.984$ , dan memperlihatkan signifikansi dengan nilai sejumlah  $0.000 < 0.05$ . Maka dengan begitu hipotesis pertama diterima.

Mengacu pada kesimpulan tersebut, kepuasan pelanggan kartuHalo di Kota Semarang sangat dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan sehingga hal tersebut menjadi tolak ukur pelanggan kartuHalo di Kota Semarang dapat merasakan kepuasan, hal ini dapat dilihat dari variabel kualitas pelayanan yang mendapat kategorisasi baik yang artinya pelayanan yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan

pelanggan kartuHalo di Kota Semarang. Kesimpulannya semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin kepuasan akan meningkat.

- Terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan, dimana nilai  $t_{hitung}$   $5.022 < t_{tabel}$   $1.984$ , dan memperlihatkan signifikansi dengan nilai sejumlah  $0.000 < 0.05$ . Maka dengan begitu hipotesis kedua diterima.

Mengacu pada kesimpulan tersebut, kepuasan pelanggan kartuHalo di Kota Semarang sangat dipengaruhi oleh faktor citra merek yang dibentuk sehingga hal tersebut menjadi tolak ukur pelanggan kartuHalo di Kota Semarang dapat merasakan kepuasan, hal ini dapat dilihat dari variabel citra merek yang mendapat kategorisasi baik yang artinya kartuHalo berhasil mendapatkan citra yang kuat di benak pelanggan. Kesimpulannya semakin kuat citra merek yang dibentuk maka kepuasan semakin meningkat.

- Terdapat pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas, dimana nilai  $t_{hitung}$   $2.520 < t_{tabel}$   $1.984$ , dan memperlihatkan signifikansi dengan nilai sejumlah  $0.013 > 0.05$ . Maka dengan begitu hipotesis ketiga diterima.

Mengacu pada kesimpulan tersebut, loyalitas pelanggan kartuHalo di Kota Semarang sangat dipengaruhi oleh faktor kepuasan, yang pada umumnya kepuasan erat kaitannya dengan loyalitas yang artinya apabila pelanggan tersebut puas karena merasa segala kebutuhannya dapat terpenuhi maka konsumen akan loyal. Hal ini dapat dilihat dari variabel kepuasan yang mendapat kategorisasi baik yang artinya kartuHalo dapat memenuhi segala aspek kebutuhan pelanggan. Kesimpulannya semakin puas pelanggan terhadap produk kartuHalo maka loyalitas akan semakin meningkat.

- Kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas, dengan hasil uji sobel menunjukkan  $t_{hitung}$  memiliki nilai sejumlah  $2.1266 > t_{tabel}$  1.96. Maka dengan begitu hipotesis keempat diterima.

Mengacu pada kesimpulan diatas, loyalitas dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan melalui kepuasan yang artinya apabila semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan sehingga hal ini menjadikan pelanggan loyal.

- Kepuasan memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas, dengan Hasil uji Sobel menunjukkan nilai dari  $t_{hitung}$  sejumlah  $2.269 >$  dari  $t_{tabel}$  1.96. Maka dengan begitu hipotesis kelima diterima.

Mengacu pada kesimpulan diatas, loyalitas dapat dipengaruhi oleh faktor citra merek melalui kepuasan yang artinya apabila semakin kuat citra merek yang dibentuk maka akan meningkatkan kepuasan sehingga hal ini menjadikan pelanggan loyal.

## **1.2. Implikasi Hasil Penelitian**

### **Implikasi Akademis**

Mengacu pada hasil penemuan beberapa hal diantaranya dapat diambil yaitu faktor yang paling penting yang mempengaruhi loyalitas adalah kepuasan, dan kualitas pelayanan serta citra merek menjadi faktor yang penting dalam memberikan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan serta citra merek terhadap loyalitas. Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dimana hasil bisa berbeda bila dilakukan di wilayah lainnya.

## **Implikasi Praktis**

Terdapat beberapa hasil dari penelitian yang dapat dijadikan gambaran bagi PT Telkomsel sendiri maupun perusahaan lain dibidang jasa telekomunikasi tentang faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kepuasan memiliki pengaruh paling tinggi dan penting sehingga perlu mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan lebih baik lagi untuk mempertahankan maupun meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat bersaing lebih maju dari kompetitor.

### **1.3. Saran**

Berdarkan hasil dari penelitian terdapat beberapa saran berdasarkan dari hasil kesimpulan diantaranya :

- a. Berdasarkan nilai terendah pada variabel kualitas pelayanan yaitu mengenai Jaminan terhadap kesalahan kinerja dengan bertanggungjawab penuh atas kesalahan karyawan yang dilakukan, peneliti memberikan saran agar dapat meminimalisir terjadinya suatu kesalahan kinerja yang menimbulkan kekecewaan maupun kerugian pelanggan dengan mengevaluasi kembali kecepatan, ketrampilan dan ketepatan karyawan dalam bekerja sehingga akan meningkatkan kembali karyawan yang handal. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan loyalitas.
- b. Berdasarkan nilai terendah pada variabel citra merek yaitu mengenai menggunakan produk terus menerus, peneliti memberikan saran agar pelanggan menggunakan kartuHalo dalam jangka waktu yang panjang atau selamanya bisa dilakukan dengan memberikan *reward* bisa berupa pemberian paket kuota ekstra

bagi pelanggan yang telah lama menggunakan produk kartuHalo. Hal ini diharapkan mampu menarik loyalitas pelanggan dalam jangka waktu yang panjang.

- c. Berdasarkan nilai terendah pada variabel kepuasan yaitu akan merekomendasikan ke orang lain, peneliti memberikan saran untuk memprioritaskan meningkatkan kualitas produk dengan menambahkan reward dan layanan *VIP* terhadap pelanggan yang telah loyal. Menggali informasi tentang produk kompetitor dan memberikan suatu *improve* sehingga dapat lebih unggul dari kompetitor. Diharapkan hal ini akan dapat membantu menarik pelanggan karena memiliki *value* atau kualitas sesuai dengan kebutuhan pelanggan. hal ini diharapkan mampu meningkatkan loyalitas.
- d. Berdasarkan hasil nilai terendah pada kualitas pelayanan pada penanganan yang baik dan solutif terhadap keluhan. Peneliti memberikana saran agar dilakukan evaluasi apa saja yang menjadi keluhan pelanggan yang kemudian dilakukan *improve* agar keluhan tersebut tidak terjadi lagi baik secara teknis maupun hal lain.
- e. Berdasarkan nilai terendah pada variabel loyalitas mengenai akan tetap mencari produk ditempat lain sampai dapat peneliti memberikan saran, agar dapat lebih menggali keunggulan lain ketika menggunakan kartuHalo dibandingkan dengan kompetitor. Pentingnya lagi yaitu, lebih memperluas penjualan kartuHalo.