

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh harga terhadap citra merek, pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek pengguna paket data Telkomsel Simpati **diterima**.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pengguna paket data Telkomsel Simpati **diterima**.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek pengguna paket data Telkomsel Simpati **diterima**.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna paket data Telkomsel Simpati **diterima**.

5. Hipotesis kelima menyatakan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna paket data Telkomsel Simpati **diterima**.

B. Implikasi

1. Implikasi Deskripsi

Berdasarkan karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

- a. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna paket data Telkomsel Simpat di Grapari Telkomsel Padjajaran, diperoleh bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan paket data Telkomsel Simpati di Grapari Telkomsel Padjajaran berjenis kelamin perempuan sebesar 43% dan berjenis kelamin laki laki sebesar 57%.
- b. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna paket data Telkomsel Simpat di Grapari Telkomsel Padjajaran, diperoleh bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan paket data Telkomsel Simpati di Grapari Telkomsel Padjajaran mahasiswa sebesar 31,5%, PNS sebesar 14,5%, pegawai swasta sebesar 41% dan wiraswasta sebesar 13%.
- c. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna paket data Telkomsel Simpat di Grapari Telkomsel Padjajaran, diperoleh bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan paket data Telkomsel Simpati di Grapari Telkomsel Padjajaran

berpenghasilan < Rp. 500.000 sebesar 13%, Rp 500.001 – Rp 2.000.000 sebesar 32,5%, Rp 2.000.001 – Rp 4.000.000 sebesar 30,5%, Rp 4.000.001 – Rp 6.000.001 dan Rp 6.000.001 > sebesar 5,5%.

2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan model penelitian teoritis dalam penelitian ini dan telah di uji kesesuaian model-nya melalui analisis *Struktural Equation Model*, maka hasil penelitian ini dapat memperkuat konsep teoritis Dari variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terdapat implikasi sebagai berikut:

- a. Variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek maka hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Citra Merek diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vanka (2012) yang mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap Citra Merek.
- b. Variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan maka hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepercayaan diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khizindar, Al-Azzam dan Khanfar (2015) yang menemukan

bahwa Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

- c. Variabel Harga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek maka hipotesis 3 yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Citra Merek diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nakhleh (2012) yang menemukan bahwa Harga memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Citra Merek.
- d. Variabel Harga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan maka hipotesis 4 yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vasundhara (2015) yang menemukan bahwa Harga memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan.
- e. Variabel Harga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan maka hipotesis 5 yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khizindar, Al-Azzam dan Khanfar (2015) yang menemukan bahwa Harga memiliki

hubungan yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3. Implikasi Manajerial

Implikasi dari analisis tiap variabel sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan:

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Petugas Grapari Telkomsel belum menanggapi setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan. Maka Grapari Telkomsel perlu melatih karyawan agar pelanggan dapat ditanggapi.
- 2) Simpati Telkomsel belum memberikan pelayanan internet dengan tepat. Maka Simpati Telkomsel perlu memberikan pelayanan internet dengan tepat untuk lebih memuaskan para pelanggan.
- 3) Simpati Telkomsel belum menanggapi semua keluhan pelanggan. Maka Simpati Telkomsel harus mencari solusi dengan cepat terhadap keluhan pelanggan agar dapat seluruh keluhan pelanggan dapat ditanggapi.
- 4) Simpati Telkomsel belum memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanannya. Maka Simpati Telkomsel harus memberikan pelatihan kepada karyawannya supaya dapat memberikan jaminan pelayanan tepat waktu.

5) Simpati Telkomsel belum memberikan jaminan biaya dalam pelayanan. Maka Simpati Telkomsel harus memberikan *refund* dalam pelayanan kepada pelanggan Simpati Telkomsel yang tidak tepat waktu dan tidak ditanggapi.

b. Variabel Harga:

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Harga yang ditawarkan Simpati Telkomsel belum dapat bersaing dengan provider lain. Maka Telkomsel Simpati harus memberikan harga yang bersaing dengan provider lain agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperbaiki citra merek Telkomsel Simpati sebagai provider dengan harga tinggi.
- 2) Harga yang ditawarkan Simpati Telkomsel belum sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan. Maka Telkomsel Simpati harus lebih memberikan manfaat lebih seperti internet cepat untuk menyesuaikan manfaat dengan harga yang ditawarkan.
- 3) Telkomsel Simpati belum memberikan potongan harga kepada pelanggan. Maka setidaknya Telkomsel Simpati memberikan promosi berupa potongan harga untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Telkomsel Simpati.

c. Variabel Citra Merek:

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Harga layanan internet Telkomsel Simpati belum terjangkau. Maka Telkomsel Simpati harus menurunkan harga agar lebih mudah dijangkau bagi seluruh kalangan pelanggan dan dapat memperbaiki citra merek dari Telkomsel Simpati.
- 2) Telkomsel Simpati belum memberikan kecepatan internet yang stabil. Maka Telkomsel Simpati harus memperbaiki jaringan internet agar kecepatan internet dari Telkomsel Simpati dapat stabil.
- 3) Sinyal 4G dari Telkomsel Simpati belum merata. Maka Telkomsel Simpati harus pemeratakan sinyalnya diseluruh daerah agar seluruh pelanggan Telkomsel Simpati dapat merasakan jaringan internet cepat berbasis 4G.
- 4) Aplikasi MyTelkomsel belum berguna untuk mendukung layanan internet Telkomsel Simpati. Maka Telkomsel Simpati seharusnya menambahkan fitur lainnya yang bermanfaat pada aplikasi MyTelkomsel untuk mendukung layanan internet dari Telkomsel Simpati.

- 5) Pelanggan belum memngeri maksud dari reputasi Telkomsel Simpati. Maka Telkomsel Simpati seharusnya memberikan pelayanan dengan baik sesuai dengan citra dan mempromosikan tentang citra dari Telkomsel Simpati agar pelanggan lebih mengerti mengenai reputasi dari Telkomsel Simpati.

d. Variabel Loyalitas Pelanggan:

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Pelanggan Telkomsel Simpati masih tertarik dan ingin beralih ke provider lain. Maka Telkomsel Simpati seharusnya lebih meningkatkan kualitas dan menurunkan harga agar pelanggan lebih loyal pada merek Telkomsel Simpati
- 2) Pelanggan Telkomsel belum berminat untuk merekomendasikan kepada orang lain untujk memilih layanan internet Telkomsel Simpati. Seperti pada variabel lainnya maka Telkomsel harus lebih meningkatkan kualitas dan harga agar pelanggan berminat menawarkan produk Telkomsel Simpati kepada orang lain yang mana dapat dijadikan sebagai sarana promosi.
- 3) Belum teratamnya secara positif layanan internet Telkomsel Simpati di benak pelanggan. Maka Simpati

Telkomsel harus memberikan layanan dan manfaat lebih mengenai layanan internet Telkomsel Simpati untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

C. Saran

1. Saran untuk Telkomsel Simpati

- a. Telkomsel Simpati harus mampu menyelesaikan masalah. Misalnya dengan dapat membuktikan dapat menyelesaikan masalah lebih cepat dari yang dijanjikan kepada pelanggan. Selain itu sebaiknya karyawan Indihome harus memberikan perhatian secara personal kepada setiap pelanggannya agar pelanggan merasa nyaman dengan Indihome dan berprasangka baik.
- b. Telkomsel Simpati dituntut untuk bersikap profesional. Misalnya dengan selalu tepat waktu dan menepati janjinya kepada pelanggan, dengan cara melatih dan mempersiapkan karyawan untuk meluangkan waktu untuk menanggapi keluhan pelanggan.
- c. Telkomsel Simpati harus lebih mementingkan keinginan pelanggannya. Misalnya menanggapi keluhannya dengan bijak dan memberikan kompensasi kepada pelanggan, karena Telkomsel Simpati menjual jasanya apabila pelanggan tidak puas maka akan merugikan Indihome sendiri.
- d. Telkomsel Simpati harus bisa memberikan harga yang lebih murah dibandingkan saat ini agar dapat bersaing harga dengan provider penyedia jasa layanan internet supaya pelanggan tidak tertarik untuk

- berpindah ke provider lain dan dapat lebih meningkatkan loyalitas pelanggan Telkomsel Simpati.
- e. Telkomsel Simpati dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan seperti pemerataan jaringan, peningkatan kecepatan jaringan internet dan penganganan keluhan pelanggan untuk dapat meningkatkan citra merek dan loyalitas pelanggan Telkomsel Simpati karena peningkatan kualitas pelayanan sangatlah penting untuk Telkomsel Simpati sebagai provider layanan internet dengan harga yang cukup tinggi.
 - f. Telkomsel Simpati harus bisa memberikan manfaat lebih pada layanan internetnya seperti penambahan fitur pada aplikasi MyTelkomsel dengan tujuan agar dapat mempermudah pelanggan untuk bertransaksi dan mengetahui berbagai informasi seputar pelanggan Telkomsel Simpati.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda, misalnya tentang bisnis telekomunikasi provider.
- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti: penganganan keluhan pelanggan, minat membeli kembali, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

- c. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan uji beda terhadap perusahaan pesaing yang beroperasi dengan cara yang sama yaitu bisnis yang menawarkan telekomunikasi berbasis ponsel dan layanan internet.
- d. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan memfokuskan penelitian seperti hanya membahas tentang telekomunikasi berbasis ponsel saja atau tentang internet saja.
- e. Penelitian ini dapat dilanjutkan kembali dengan lingkup yang lebih luas yang akan memungkinkan mendapat tanggapan yang berbeda.