

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif ini diantaranya yaitu:
 - a. Berdasarkan hasil perhitungan variabel persepsi harga dapat memberi gambaran bahwa pelanggan Simpati mempunyai persepsi yang cukup baik terhadap tarif Simpati. Namun banyak juga responden yang memberikan respon negatif pada pernyataan tarif yang ditawarkan Simpati lebih murah dibanding lainnya dan pernyataan tarif yang ditawarkan Simpati lebih terjangkau.
 - b. Kepercayaan konsumen terhadap Telkomsel selaku produsen *simcard* Simpati mendapatkan kepercayaan yang cukup tinggi dari para pelanggan. Dapat dilihat dari hasil perhitungan dimensi-dimensi kepercayaan konsumen seperti *ability*, *benevolence* dan *integrity* yang mendapatkan respon yang sangat positif dari para responden. Namun perlu diperhatikan terdapat responden yang memberikan respon negatif pada kejujuran Telkomsel.
 - c. Selanjutnya variabel loyalitas pelanggan, mendapat respon yang positif dari responden. Ini menandakan bahwa responden

memiliki loyalitas yang tinggi ini dapat dilihat bahwa responden ingin memakai dan mau menjadi wakil Simpati untuk merekomendasikan *simcard* Simpati. Namun terdapat respon negatif pada keinginan pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa di luar lini bisnis Simpati.

2. Variabel persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Dan variasi nilai loyalitas pelanggan yang dijelaskan oleh persepsi harga sebesar 14,7%.
3. Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. dan variasi nilai keputusan pembelian yang dijelaskan oleh persepsi harga sebesar 19,6%.
4. Variabel persepsi harga dan kepercayaan konsumen secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Dan variasi nilai loyalitas pelanggan yang dijelaskan oleh persepsi harga dan kepercayaan konsumen sebesar 28,2%.

5.2 Saran

5.2.1 Saran operasional

5. Untuk menciptakan persepsi konsumen yang baik terhadap harga Simpati sebaiknya Simpati mengambil kebijakan harga yang tepat. Salah satunya adalah sebaiknya *provider* Simpati harus

mempertahankan tarif yang sudah ada namun lebih meningkatkan kualitas Simpati dengan cara memperbanyak menara BTS khususnya pada daerah-daerah terpencil. Hal ini penting dilakukan agar konsumen merasa manfaat yang lebih dari Simpati walaupun tarif yang ditawarkan lebih mahal dibanding *provider* lainnya. Selain itu Simpati harus menurunkan tarifnya agar konsumen dapat menjangkau tarif yang ditawarkan Simpati.

6. Selain harus menciptakan persepsi harga yang positif, Telkomsel selaku produsen *provider* Simpati sebaiknya Telkomsel selalu memberikan memberikan semua informasi secara *fair* kepada pelanggan, mengenai baik spesifikasi produk dan harga, terutama pada saat Telkomsel melakukan promosi produk-produknya.
7. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen *provider* Simpati harus melakukan promosi yang *massive* terhadap program *bundling* Simpati hal ini dilakukan untuk meningkatkan *aware* konsumen terhadap program *bundling* Simpati. Selain itu *provider* Simpati harus menambah layanan-layanan yang lebih menarik pada program Simpati *Zone* seperti layanan nada sambung pribadi dan layanan tiket konser musik.

5.2.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

1. Sebaiknya peneliti menambahkan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen dan tidak hanya dilihat dari satu atau dua variabel seperti persepsi harga dan kepercayaan konsumen saja,

tetapi variabel atau faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hal tersebut seperti contohnya kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi baik promosi iklan ataupun promosi penjualan, citra merek dan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Sebaiknya menambah area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.