

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara nilai pelanggan dengan loyalitas pelanggan kartu Indosat IM3 pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Perusahaan yang memberikan nilai tinggi terhadap konsumen maka loyalitas pelanggannya semakin tinggi, sebaliknya jika nilai pelanggan yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan menurunnya loyalitas pada pelanggan.

Pada variabel loyalitas pelanggan, indikator ikatan emosional merupakan indikator yang paling dominan dalam menentukan loyalitas pelanggan yaitu sebesar 42,41%. Selanjutnya, indikator pembelian berulang sebesar 30,11%, dan indikator mereferensikan produk sebesar 27,48%. Sedangkan pada variabel nilai pelanggan, dimensi yang paling tinggi pengaruhnya dalam menentukan nilai pelanggan adalah dimensi nilai personel yaitu sebesar 43,15%. Selanjutnya dimensi nilai pelanggan sebesar 33,18%, dan indikator nilai layanan sebesar 23,67%.

Loyalitas pelanggan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta ditentukan oleh nilai pelanggan sebesar 39,44% dan sisanya sebesar 60,56% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain,

seperti kualitas produk, kepercayaan pelanggan, citra merek, perlakuan spesial, keluhan pelanggan, dan harga produk.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara nilai pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa nilai pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan loyalitas pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah PT. Indosat, Tbk harus mampu memberikan nilai pelanggan yang baik, agar pelanggan kartu Indosat IM3 tidak tertarik dan berpindah pada produk pesaing. Sehingga pelanggan akan semakin loyal dalam menggunakan produk.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa ikatan emosional adalah faktor yang paling dominan. Maka untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, sebaiknya perusahaan harus menjalin ikatan emosional yang baik kepada pelanggan. Agar pelanggan merasa nyaman, dan senang dalam berhubungan dengan perusahaan. Kemudian pembelian berulang juga mendukung loyalitas pelanggan, karena itu sebaiknya perusahaan dapat terus memberikan kualitas yang baik agar pelanggan akan terus membeli dari perusahaan, dan loyal kepada perusahaan, dalam hal ini PT. Indosat.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan adalah:

1. PT. Indosat, sebaiknya dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan agar tercipta ikatan emosional yang baik antara pelanggan dan perusahaan.
2. PT. Indosat sebaiknya selalu meningkatkan kualitas dari kartu Indosat IM3, agar pelanggan akan terus membeli pada perusahaan, yang pada akhirnya akan loyal kepada perusahaan.
3. Agar mencapai hasil yang optimal dalam memberikan nilai kepada pelanggan, maka pihak Indosat IM3 perlu mengetahui kebutuhan dari pelanggannya, dan memberikan manfaat yang sesuai dengan harga yang harus dibayar pelanggan untuk menggunakan kartu Indosat IM3. Dengan memberikan nilai pelanggan yang tinggi, maka akan tercipta loyalitas pelanggan.