

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Persepsi harga paket internet bulanan Telkomsel pada pengunjung Mall@Bassura City cukup baik karena pelanggan merasa puas dengan kesesuaian harga dengan manfaat dari paket internet bulanan Telkomsel. Kemudian loyalitas pelanggan paket internet bulanan Telkomsel pada pengunjung Mall@Bassura City sangat baik, hal ini ditunjukkan dengan tingginya loyalitas afektif pelanggan terutama pada kepercayaan yang baik dari pelanggan terhadap produk – prduk dari Telkomsel.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan paket internet bulanan Telkomsel. Dengan nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} yaitu 22,822 > 1,984, nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari alpha sebesar 0,05, dan nilai koefisien sebesar 0,366 atau 36,6%,. Sedangkan sisanya sebesar 0,634 atau 63,4% dijelaskan oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat tidak perlu merasa ragu untuk berlangganan paket internet bulanan Telkomsel dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga dan loyalitas pelanggan paket internet bulanan Telkomsel tergolong baik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel – variabel bebas lainnya selain persepsi harga, karena dari penelitian ini diketahui masih terdapat faktor – faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 63,4%.