

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dari hambatan berpindah (*switching barrier*) yang terdiri dari nilai-nilai ekonomis, psikologis, sosial, dan fungsional terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Untuk tujuan tersebut, pengumpulan data telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada pelanggan kartu CDMA Esia. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh penulis tentang **“Pengaruh Hambatan Berpindah (*Switching Barrier*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu CDMA Esia”**, maka penulis menarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai kartu CDMA Esia
 - a. Hambatan berpindah dengan variabel nilai ekonomis mendapat tanggapan cukup baik dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa:
 - 61% responden setuju bahwa kartu CDMA Esia memberikan sejumlah manfaat/keuntungan sesuai dengan apa yang dibutuhkan
 - 62% responden setuju bahwa tarif kartu CDMA Esia sesuai dengan apa yang didapatkan
 - 55,3% responden setuju bahwa kartu CDMA Esia memberikan tarif pulsa yang murah.

b. Hambatan berpindah dengan variabel nilai psikologis mendapat tanggapan cukup baik dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa:

- 46% responden setuju bahwa khawatir layanan yang ditawarkan kartu seluler lain tidak akan sesuai sebagaimana diharapkan.
- 40,3% responden netral bahwa jika mencoba beralih pada kartu seluler lain, mungkin akan mendapatkan layanan yang buruk
- 55% responden setuju bahwa lebih nyaman menggunakan layanan yang diberikan kartu CDMA Esia.

c. Hambatan berpindah dengan variabel nilai sosial mendapat tanggapan cukup baik dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa:

- 57% responden setuju bahwa menjadi pelanggan kartu CDMA Esia memiliki rasa prestise tersendiri karena kartu CDMA Esia adalah kartu Prabayar yang paling diminati
- 52,3% responden setuju bahwa kartu CDMA Esia merupakan kartu seluler yang sudah terkenal
- 44,3% responden setuju merasa bangga sebagai pelanggan kartu CDMA Esia

d. Hambatan berpindah dengan variabel nilai fungsional mendapat tanggapan cukup baik dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa:

- 60,3% responden setuju bahwa kartu CDMA Esia memiliki jaringan yang luas
- 58% responden setuju bahwa kartu CDMA Esia memiliki sinyal yang kuat

- 55% responden setuju bahwa kartu CDMA Esia memiliki kualitas suara yang jernih
 - 57,7% responden setuju bahwa pelayanan yang diberikan kartu CDMA Esia sangat memuaskan
 - 52,3% responden setuju bahwa pelayanan *operator call center* kartu CDMA Esia cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
- e. Variabel loyalitas pelanggan mendapat tanggapan cukup baik dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa:
- 45% responden setuju bahwa tidak ingin pindah ke kartu CDMA lain
 - 58% responden setuju bahwa yakin kartu CDMA Esia adalah kartu seluler yang bagus
 - 48,7% responden setuju bahwa selalu merekomendasikan kartu CDMA Esia kepada orang lain.
 - 46,7% responden setuju bahwa menjadi pelanggan kartu CDMA Esia adalah pilihan yang tepat
 - 45% responden setuju bahwa akan tetap setia pada kartu CDMA Esia.
2. Hasil pengolahan data dan uji hipotesis mengenai pengaruh hambatan berpindah (*switching barrier*) terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia:
- a. Uji regresi dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi dan pengaruh hambatan berpindah (*switching barrier*) terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda di dapat persamaan :

$$Y = 0,495 + 0,151X_2 + 0,512X_4$$

Arti dari persamaan regresi berganda diatas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,495 berarti bahwa jika hambatan berpindah sebesar nol maka tingkat loyalitas pelanggan sebesar 0,495
- Nilai koefisien b sebesar 0,151 untuk X_2 berarti bahwa perubahan dalam hambatan berpindah untuk nilai psikologis sebesar satu akan menambah loyalitas pelanggan sebesar 0,151.
- Nilai koefisien b sebesar 0,512 untuk X_4 berarti bahwa perubahan dalam hambatan berpindah untuk nilai fungsional sebesar satu akan menambah loyalitas pelanggan sebesar 0,512.

c. Variabel Hambatan Berpindah yang Paling Berpengaruh

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel hambatan berpindah yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia adalah TOTAL_D (nilai fungsional) dengan nilai beta sebesar 0.468 dan signifikan dimana $\text{sig} (0.000) < \alpha (0.05)$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh nilai fungsional terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia).

- Sedangkan untuk nilai ekonomis (X_1) dan sosial (X_3), menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia. Hal ini disebabkan setelah melalui proses pengolahan data ternyata hasil nilai *sig* untuk masing-masing variabel adalah 0,088 dan 0,185. Di mana kedua hasil nilai *sig*

tersebut adalah lebih besar dari $\alpha = 0,05$ sehingga hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menyatakan bahwa H_0 diterima

- d. Besarnya pengaruh hambatan berpindah (*switching barrier*) terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia pada tabel koefisien determinasi dengan melihat *Adjusted R Square*, yaitu dengan nilai sebesar 0,364 hasil tersebut dapat diartikan bahwa 36,4% variasi atau perubahan dalam variabel loyalitas pelanggan bisa dijelaskan oleh variasi atau perubahan dalam 4 variabel untuk hambatan berpindah yaitu nilai-nilai ekonomis, psikologis, sosial dan fungsional. Sedangkan sisanya 63,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variable-variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan simpulan yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masing-masing pihak baik pihak mahasiswa-mahasiswi Universitas Kristen Maranatha maupun pihak Esia :

1. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 36,4% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 63,6% yang mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh hambatan berpindah terhadap loyalitas pelanggan bagi orang-orang yang ingin mengetahui apa saja yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan selain nilai-nilai ekonomis, psikologis, sosial, dan fungsional.

2. Variabel nilai fungsional perlu dipertahankan oleh pihak kartu CDMA Esia karena variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel nilai-nilai ekonomis dan sosial masih perlu ditingkatkan karena tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai-nilai ekonomis dapat ditingkatkan dengan cara memberikan tarif yang lebih murah dan sesuai dengan layanan yang diberikan. Untuk meningkatkan variabel sosial Esia, Esia bisa saja menggunakan artis terkenal (*celebrity endoser*) untuk mempertahankan pelanggan yang ada agar pelanggan yang sudah ada semakin percaya dan loyal terhadap Esia.
3. Pihak kartu CDMA Esia sebaiknya memberikan manfaat tambahan yang unik yang tidak diberikan oleh operator selular lain sehingga pelanggan enggan beralih karena jika beralih maka akan kehilangan manfaat tersebut dimana operator lain tidak dapat memenuhinya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dialami penulis selama mengerjakan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha, sehingga responden yang diteliti masih terbatas.
2. Jumlah responden yang hanya berjumlah 300 responden belum dapat mewakili masyarakat sebagai pelanggan kartu CDMA Esia
3. Pengaruh yang didapatkan dari hambatan berpindah tidak memiliki dampak yang begitu besar sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut untuk mengetahui faktor diluar hambatan berpindah tersebut.