

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis menarik beberapa simpulan dari pembahasan tentang “Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan” (Survei pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FE-UKM Pelanggan IM2 Broom pada cabang PT. IM2). Adapun simpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Promosi penjualan IM2 Broom di Bandung sudah cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kesesuaian paket *bundling* modem plus kartu perdana IM2 Broom bagi pelanggan, kenyamanan pelanggan dengan uji coba gratis oleh IM2 Broom, kecocokan pelanggan menggunakan modem MEREK HUAWEI dan ZTE pada paket IM2 Broom, ketertarikan kemasan kartu perdana IM2 Broom oleh pelanggan, kesesuaian akses internet berkecepatan tinggi IM2 Broom dengan kebutuhan pelanggan, ketertarikan pelanggan dengan layanan IM2 Broom, paket *bundling* seharga Rp 1.499.000 yang terjangkau oleh pelanggan, kemudahan pelanggan mendapatkan pembayaran, kecepatan informasi IM2 Broom diakses melalui klik www.indosatm2.com oleh pelanggan, kemudahan pelanggan memperoleh pelayanan di gerai-gerai IM2 Broom, ketertarikan iklan IM2 Broom di media televisi oleh pelanggan, kemudahan brosur IM2 Broom yang jelas dan dimengerti oleh pelanggan, informatif iklan IM2 Broom di media radio bagi pelanggan.

2. Loyalitas pelanggan IM2 Broom, Bandung sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari adanya tanggapan responden mengenai keinginan pelanggan setelah menggunakan IM2 Broom dan akan tetap menggunakan IM2 Broom meski ada jasa sejenis lain yang ditawarkan pesaing, keinginan pelanggan yang akan tetap menggunakan IM2 Broom walaupun harga yang ditawarkan lebih mahal, keinginan pelanggan yang akan mengatakan kepada orang lain mengenai keunggulan IM2 Broom, kesenangan pelanggan jika orang lain membeli/menggunakan kartu perdana yang ditawarkan oleh IM2 Broom, keinginan pelanggan yang akan meyakinkan orang lain agar membeli kartu perdana dan menggunakan jasa IM2 Broom, pernyataan pelanggan mengenai IM2 Broom adalah akses layanan internet yang terbaik, keinginan pelanggan yang tidak akan mencoba jasa sejenis lainnya yang ditawarkan oleh pesaing IM2 Broom.
3. Pengaruh promosi penjualan yang diberikan oleh IM2 Broom terhadap Loyalitas Pelanggan adalah 22,09%, artinya peranan Promosi Penjualan yang diberikan oleh IM2 Broom di Bandung terhadap Loyalitas Pelanggan tergolong rendah (lemah). Dan sisanya sebesar 77,91% dipengaruhi oleh faktor – faktor yang memiliki peranan lebih besar namun tidak diukur dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Saran yang ingin penulis berikan pada PT. Indosat Mega Media (IM2) yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan serta pelaksanaan promosi penjualan yang baik bagi IM2 Broom di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Korelasi promosi penjualan dengan loyalitas pelanggan IM2 Broom tergolong cenderung lemah, meski demikian promosi penjualan tetap perlu dilakukan untuk menunjang salah satu aspek dari loyalitas pelanggan karena hal ini dapat mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan IM2 Broom.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memperhatikan faktor-faktor lain yang mungkin memiliki hubungan yang lebih besar dengan loyalitas pelanggan IM2 Broom.