

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pertanyaan mengenai kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, 335 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki – laki dan perempuan. Rinciannya antara lain sebanyak 131 responden berjenis kelamin laki – laki dengan persentase sebesar 39,1%, sedangkan 201 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan *provider* Indosat didominasi oleh perempuan.
2. Berdasarkan pertanyaan mengenai kepuasan pelanggan: (1) tanggapan responden terhadap pernyataan “Secara keseluruhan saya nyaman menggunakan Indosat” secara umum konsumen menjawab Setuju, yaitu sebanyak 177 responden dengan persentase sebesar 52,8%. (2) tanggapan responden terhadap pertanyaan “Indosat dapat memenuhi harapan saya” secara umum konsumen menjawab Setuju, yaitu sebanyak 165 responden dengan persentase sebesar 49.3%. (3) tanggapan responden terhadap pertanyaan “Indosat merupakan pilihan yang tepat bagi saya” secara umum konsumen menjawab Setuju, yaitu sebanyak 158 responden dengan persentase sebesar 47,2%. (4) tanggapan responden terhadap pertanyaan “Indosat mampu melayani kebutuhan saya” secara umum konsumen

menjawab Setuju, yaitu sebanyak 165 responden dengan persentase sebesar 49,3%. (5) tanggapan responden terhadap pertanyaan “Saya mudah mendapatkan informasi mengenai Indosat” secara umum konsumen menjawab Setuju, yaitu sebanyak 184 responden dengan persentase sebesar 54,9%.

3. berdasarkan pertanyaan mengenai loyalitas pelanggan: (1) tanggapan responden terhadap pertanyaan “Saya akan tetap memakai Indosat meskipun ada *provider* lain yang lebih baik” secara umum konsumen menjawab Setuju, yaitu sebanyak 153 responden dengan persentase sebesar 45,7%. (2) tanggapan responden terhadap pertanyaan “Saya akan merekomendasikan pada orang lain untuk menggunakan Indosat” secara umum konsumen menjawab Setuju, yaitu sebanyak 155 responden dengan persentase sebesar 46,3%. (3) tanggapan responden terhadap pertanyaan “Jika saya membutuhkan *SIM Card* maka saya akan memilih Indosat” secara umum konsumen menjawab Setuju, yaitu sebanyak 147 responden dengan persentase sebesar 43,9%.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan memberikan saran kepada Indosat selaku perusahaan yang memproduksi *SIM Card*, yaitu:

1. Implikasi bagi Perusahaan

- a. Indosat perlu meningkatkan promosi secara berkala, untuk menarik dan menginformasikan konsumen mengenai *provider* Indosat sehingga konsumen tertarik membelinya. Berdasarkan pengamatan peneliti, media promosi yang

dipergunakan oleh Indosat meliputi media elektronik yang terbatas hanya ada di media elektronik internal sebuah pusat perbelanjaan saja dan media cetak yang terbilang cukup luas dibandingkan dengan media elektronik, dengan tingkat frekuensi yang cukup banyak ketika meluncurkan suatu produk. Setelah beberapa waktu, frekuensi promosi semakin berkurang. Indosat perlu melakukan promo secara periodik dan berkala untuk meningkatkan kesadaran merek konsumen. Peneliti mengusulkan kepada perusahaan bahwa bentuk promosi dengan tujuan *informative* ketika mengeluarkan suatu varian produk baru dilakukan dalam jangka waktu 1 – 2 bulan, selanjutnya perusahaan perlu melakukan promosi dengan tujuan *reminder* atau *strengthen* dalam jangka waktu 2 – 6 bulan. Hal ini dilakukan untuk membangun kesadaran konsumen terhadap merek produk melalui promosi media elektronik ataupun media cetak. Selain itu, pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif juga diperlukan untuk membangun kesadaran merek yang kuat. *Word of mouth* yang positif dapat diciptakan dengan berbagai cara, seperti diantaranya memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, memberikan *aftersales*, menawarkan produk berkualitas, dan sebagainya. Dengan demikian, diharapkan *word of mouth* positif akan tercipta di kalangan konsumen tentang *Provider* Indosat.

- b. Indosat perlu mengkomunikasikan Kepuasan pelanggan secara lebih terhadap konsumen. Dengan dilandasi proses komunikasi, ketertarikan pada produk akan lebih kuat dan terpercaya. Program komunikasi Kualitas Produk yang baik dapat dilakukan dengan cara memberikan pesan secara sederhana, memfokuskan pada nilai yang ditawarkan (misalnya keandalan,

kenyamanan dan kekuatan atau keawetan produk), dan memberikan *feedback* (umpan balik) mengenai proses komunikasi dan produk terhadap konsumen. Ketertarikan konsumen terhadap produk akan menimbulkan kepercayaan mengenai kualitas dalam benak konsumen yang kuat.

2. Implikasi bagi Penelitian Selanjutnya

Implikasi manajerial bagi penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti misalnya promosi penjualan, lokasi distribusi, dan lain-lain. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas populasi dan sampel, sehingga dapat mencakup konsumen perusahaan secara lebih luas.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih sangat memiliki keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel dalam ruang lingkup yang kecil, yaitu hanya mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan *provider* Indosat. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup sampel untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih kuat.
2. Indikator pertanyaan untuk setiap variabel X berjumlah sedikit. Untuk penelitian lebih lanjut perlu menambahkan indikator pertanyaan di setiap variabel X sehingga dapat mencakupi inti definisi yang lebih luas dari masing-masing variabel.