

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis, serta hasil penelitian yang telah diuraikan dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan Kepuasan Pelanggan, dan Program Loyalitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Simpati Telkomsel di Kota Bandung. Semakin tinggi Kualitas Layanan, semakin tinggi Loyalitas Pelanggan. Walaupun demikian, kecenderungannya masih lemah.
2. Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Simpati Telkomsel di Kota Bandung. Walaupun arah pengaruhnya positif, yaitu semakin tinggi Kepuasan Pelanggan, semakin tinggi Loyalitas Pelanggan, namun kecenderungannya masih sangat lemah.
3. Program Loyalitas tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Simpati Telkomsel di Kota Bandung. Walaupun arah pengaruhnya positif, yaitu semakin baik Program Loyalitas, semakin tinggi Loyalitas Pelanggan, namun kecenderungannya masih sangat lemah.

## 5.2 Saran

Merujuk kepada hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Telkomsel Kota Bandung untuk terus meningkatkan kualitas layanannya secara berkelanjutan dan lebih baik dari pesaing, baik dalam aspek *tangible*, *reliability*, *responsivess*, *assurance*, maupun *empathy*.
2. Disarankan kepada Telkomsel Kota Bandung untuk meningkatkan efektivitas Kepuasan Pelanggan dan Program Loyalitas bagi peningkatan Loyalitas Pelanggan, baik dengan mengevaluasi kepuasan pelanggan atas produk sendiri relatif dibandingkan produk pesaing maupun dengan memperbanyak keterlibatan pelanggan dalam Program Loyalitas.
3. Disarankan kepada Telkomsel Kota Bandung untuk mengintegrasikan perbaikan Kualitas Layanan secara sinergis dengan perbaikan efektivitas Kepuasan Pelanggan dan Program Loyalitas serta mengarahkannya pada peningkatan Loyalitas Pelanggan secara berkelanjutan pada seluruh aspeknya, baik peningkatan *word of mouth* yang positif dari pelanggan, rekomendasi pelanggan, maupun pembelian ulang dari pelanggan.
4. Disarankan kepada peneliti lainnya untuk meneliti pengaruh faktor-faktor selain Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Program Loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan. Demikian juga untuk mereplikasi model penelitian di perusahaan telekomunikasi seluler lainnya atau sektor-sektor lain di luar telekomunikasi seluler.