

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berikut ini kesimpulan yang didapat oleh peneliti berdasarkan hasil analisis dengan alat uji SmartPLS menggunakan metode SEM-PLS terkait pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan operator seluler smartfren dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan. Maka, hipotesis peneliti diterima.

Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Maka, hipotesis peneliti diterima.

Variabel harga memiliki pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hal ini tidak mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan tidak selalu dipengaruhi oleh harga. Maka, hipotesis peneliti ditolak.

Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Maka, hipotesis peneliti diterima.

Variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis peneliti

sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang didapat. Maka, hipotesis peneliti diterima.

Variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang didapat. Maka, hipotesis peneliti diterima.

Variabel harga memiliki pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan secara langsung. Ketika ditambahkan variabel mediasi kepuasan pelanggan, variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat memediasi secara penuh antara variabel harga terhadap variabel loyalitas pelanggan. Maka hipotesis peneliti diterima.

Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan secara langsung. Ketika ditambahkan variabel mediasi kepuasan pelanggan, variabel harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat memediasi secara parsial antara variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Maka hipotesis peneliti diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis serta kesimpulan dan pembahasan yang telah dijelaskan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

Dwi Indra Saputro, 2024

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR SELULER SMARTFREN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

1. Harga merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harga yang mereka bayar sesuai dengan nilai yang mereka dapatkan. Oleh karena itu, smartfren perlu memperhatikan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dalam strategi bisnisnya. Contohnya adalah smartfren dapat menawarkan paket data, pulsa, atau layanan lainnya dengan harga yang lebih murah atau dengan promo yang menarik.
2. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika mereka menerima layanan yang berkualitas, yaitu layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Oleh karena itu, Smartfren perlu memperhatikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam strategi bisnisnya. Contohnya adalah smartfren dapat memperbaiki kualitas jaringan, memperluas cakupan jaringan, dan mempermudah akses ke layanan pelanggan.
3. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelanggan akan lebih cenderung loyal jika mereka merasa puas dengan layanan yang mereka terima. Oleh karena itu, Smartfren perlu memperhatikan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam strategi bisnisnya. Contohnya adalah smartfren dapat memperbaiki kualitas jaringan, memperluas cakupan jaringan, dan mempermudah akses ke layanan pelanggan.
4. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelanggan akan lebih cenderung loyal jika mereka merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima. Oleh karena itu, Smartfren perlu memperhatikan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam strategi bisnisnya. Agar pelanggan merasa puas smartfren dapat memberikan promo-promo yang menarik dan juga terus meningkatkan kualitas jaringan yang mereka berikan.
5. Harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung, melalui kepuasan pelanggan, maka smartfren dapat melakukan survei

pelanggan secara berkala untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, serta untuk mengukur kepuasan pelanggan. Hasil survei dapat digunakan untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan. Misalnya, jika hasil survei menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan paket data dengan harga yang lebih murah, maka smartfren dapat menawarkan paket data dengan harga yang lebih murah.

6. Kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung, melalui kepuasan pelanggan, maka smartfren perlu memahami kebutuhan dan harapan pelanggannya, agar dapat memberikan layanan yang sesuai. smartfren dapat melakukan survei pelanggan secara berkala untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, serta untuk mengukur kepuasan pelanggan.