

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini mengenai pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome by Telkomsel menggunakan alat uji software SmartPLS 4.0, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome by Telkomsel di wilayah Jakarta Selatan. Pernyataan tersebut didukung dari tanggapan responden pengguna Indihome yang sebelumnya telah dilakukan survei oleh peneliti terhadap konsumen dengan mempertimbangkan kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek. Oleh sebab itu, Citra Merek menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam meningkatkan loyalitas. Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh Citra Merek perusahaan tersebut berdasarkan persepsi pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mempertahankan Citra Merek yang sudah ada, seperti persepsi konsumen terhadap Indihome sebagai penyedia Internet yang handal, logo yang mudah dibedakan, dan ciri khas warna merah yang diasosiasikan konsumen dengan merek Indihome. Selain itu, penting untuk meningkatkan Citra Merek, seperti memperkenalkan Indihome sebagai perusahaan yang menyediakan Wi-Fi terbaik, agar meningkatkan Loyalitas Konsumen terhadap merek Indihome by Telkomsel.
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome by Telkomsel di wilayah Jakarta Selatan. Pernyataan tersebut didukung dari tanggapan responden pengguna Indihome yang sebelumnya telah dilakukan survei oleh peneliti terhadap konsumen dengan mempertimbangkan Tangibles (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Kecepatan Tanggap), Assurance (Jaminan),

dan Empathy (Empati). Oleh karena itu, Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam meningkatkan loyalitas. Hal ini sesuai dengan hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mempertahankan Kualitas Pelayanan yang sudah ada seperti Staff yang berpenampilan rapih, alat modern, pelayanan cepat tanggap, profesional, dan lain sebagainya. Selain itu meningkatkan Kualitas Pelayanan seperti kestabilan Internet, keramahan staff, dan pelayanan-pelayanan lainnya juga harus dilakukan agar meningkatkan Loyalitas Konsumen terhadap merek Indihome by Telkomsel.

3. Variabel Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome by Telkomsel di wilayah Jakarta Selatan. Pernyataan tersebut didukung dari tanggapan responden pengguna Indihome yang sebelumnya telah dilakukan survei oleh peneliti terhadap konsumen dengan mempertimbangkan persepsi kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebajikan. Oleh sebab itu, Kepercayaan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam meningkatkan loyalitas. Hal ini sesuai dengan hipotesis ketiga, yang menyatakan bahwa Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mempertahankan kepercayaan yang ada, seperti produk asli, sesuai prosedur, meningkatkan jaminan, menepati janji, dan lainnya. Selain itu, meningkatkan Kepercayaan seperti memberikan produk sesuai yang sudah dijanjikan bagi pelanggan dapat dilakukan agar meningkatkan Loyalitas Konsumen terhadap merek Indihome by Telkomsel.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan peraturan yang ada. Namun, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Terdapat hambatan dalam menyelesaikan penelitian yang disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap responden hanya melalui media sosial saja, sehingga dalam mencari jumlah responden yang sudah ditentukan memerlukan waktu yang cukup lama di luar dari perkiraan.
2. Terdapat kesulitan dalam mencari responden di masing-masing kecamatan Jakarta Selatan secara merata.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang peneliti berikan sebagai perbaikan keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dimana Citra Merek mempengaruhi Loyalitas Konsumen Indihome by Telkomsel, maka Indihome disarankan untuk mempertahankan Citra Merek yang sudah seperti persepsi konsumen terhadap Indihome sebagai penyedia Internet yang handal, logo yang mudah dibedakan, dan ciri khas warna merah yang diasosiasikan konsumen dengan merek Indihome ada, dan meningkatkan Citra Merek yang lebih baik lagi seperti memperkenalkan Indihome sebagai perusahaan yang menyediakan Wi-Fi terbaik yang berkualitas tinggi dan dapat dipercaya agar meningkatkan Loyalitas Konsumen terhadap Indihome, sehingga menciptakan pelanggan loyal. Untuk variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Konsumen Indihome by Telkomsel, maka Indihome disarankan untuk mempertahankan Kualitas Pelayanan yang sudah ada seperti mempertahankan Staff yang berpenampilan rapih, alat dijaga agar tetap bagus dan modern, pelayanan selalu cepat tanggap, dan staff bekerja secara profesional, dan meningkatkan Kualitas Pelayanan seperti meningkatkan kestabilan Internet, keramahan staff, harga yang bersahabat, kecepatan tanggap customer service, dan meningkatkan SOP staff saat berkunjung terutama terkait gratifikasi. Kualitas Pelayanan yang baik akan meningkatkan Loyalitas Konsumen terhadap Indihome, sehingga menciptakan pelanggan yang loyal. Variabel Kepercayaan mempengaruhi Loyalitas Konsumen Indihome by Telkomsel, maka Indihome disarankan

untuk mempertahankan Kepercayaan seperti produk asli, SOP sesuai prosedur, meningkatkan jaminan, dan menepati kualitas sesuai yang dijanjikan, dan meningkatkan Kepercayaan konsumen terhadap Indihome seperti memberikan produk sesuai yang sudah dijanjikan, memberikan harga terjangkau untuk produk yang ditawarkan, dan jujur dalam bertransaksi dan melayani pelanggan. Kepercayaan yang baik akan meningkatkan Loyalitas Konsumen terhadap Indihome, sehingga menciptakan pelanggan yang loyal.

2. Bagi Akademisi

Bagi penelitian selanjutnya, dapat menggunakan populasi lain dari wilayah Jakarta Selatan dengan jumlah sampel yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang lebih representatif. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel independen selain Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan agar mendapatkan pemahaman terkait variabel lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas konsumen, khususnya pada perusahaan Indihome by Telkomsel.