

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga (X_1) berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan (Y_1). Dengan demikian mendukung hipotesis 1. Hal tersebut menjelaskan bahwa harga Simpati sesuai dengan manfaat yang diberikan sehingga dapat membuat pelanggan merasa puas.
2. Kualitas pelayanan (X_2) dan Citra Merek (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y_1). Dengan demikian mendukung hipotesis 2 dan 3. Hal tersebut menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek Simpati yang baik dapat membuat pelanggan puas.
3. Kepuasan pelanggan (Y_1) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Dengan demikian mendukung hipotesis 4. Hal tersebut menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan Simpati yang tinggi dapat membuat pelanggan semakin loyal terhadap Simpati.
4. Harga (X_1), Kualitas pelayanan (X_2) dan Citra Merek (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Dengan demikian tidak mendukung hipotesis 5, 6 dan 7. Hal tersebut menjelaskan bahwa tanpa adanya rasa puas, maka harga, kualitas pelayanan dan citra merek Simpati tidak dapat membuat pelanggan loyal terhadap Simpati.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa

keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu adanya keterbatasan waktu serta dana sehingga peneliti hanya menggunakan 159 responden sebagai sampel, sehingga kurang mampu mewakili populasi yang ada. Oleh karena itu, dalam mengembangkan penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat menggunakan responden dengan jumlah yang lebih besar sehingga hasil yang didapat lebih optimal. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti misalnya kualitas produk Simpati.

5.2.2. Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa pelanggan telah merasa puas menggunakan kartu GSM Simpati. Oleh karena itu, sebagai penyedia jasa telekomunikasi, Simpati harus senantiasa memberikan yang terbaik bagi pelanggannya agar dapat terus memuaskan para pelanggannya dan membuat para pelanggan tetap loyal terhadap Simpati. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara:

1. Simpati dapat menetapkan harga yang bersaing dengan para kompetitornya sehingga pelanggan menjadi semakin puas terhadap Simpati dan tetap loyal.
2. Melakukan riset terhadap kompetitor, agar Simpati dapat terus mengetahui perkembangan para pesaingnya dalam menyediakan kualitas pelayanan terhadap para pelanggan, sehingga Simpati dapat terus mengikuti tren perkembangan yang terjadi dan dapat menyediakan kualitas pelayanan yang terbaik yang dapat terus memuaskan pelanggannya.
3. Melakukan riset terhadap konsumen Simpati. Dengan melakukan riset terhadap konsumen, Simpati dapat terus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga Simpati

dapat terus menyediakan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Dengan menyediakan yang terbaik bagi para pelanggannya, Simpati dapat menciptakan citra merek yang baik di benak pelanggan sehingga dapat membuat konsumen terus puas dan loyal terhadap Simpati.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alam, D. N., dan Y. Sugiarto, 2012, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Jasa Travel Bejeu: pp 1-29, <http://eprints.undip.ac.id>.
- Ambadar, J., Abidin, M., dan Isa, Y., 2007, *Mengelola Merek*, Jakarta, Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Bloemer, J., K. Ruyter, dan M. Wetzels, 1998, Linking Perceived Service Quality and Service Loyalty: A Multi-Dimensional Perspective, *Journal of Marketing*, Vol. 33 No. 11/12, Agustus: pp 1082-1106.
- Dharmawansyah, I., 2013, Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu), *Management Analysis Journal 2*, November: pp 1-10.
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Evawati, 2012, Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Mc Donald: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, Jilid 1, No. 2, November: pp 184-191.
- Fuad, M., Christin H., Nurlela, Sugiarto, dan Paulus, Y. E. F., 2000, *Pengantar Bisnis*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indra, 2010, *Telkomsel Pertahankan Predikat Top Brand 11 Tahun*, diakses 9 Februari 2010, <http://corpcommtelkomseljatim.wordpress.com>.
- Irawan, H., 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Kincaid, J. W., 2003, *Customer Relationship Management*, New Jersey, Prentice Hall PTR.

- Kotler, P., 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Pearson Education Asia Pte. Ltd. dan PT Prenhallindo.
- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta, Erlangga.
- Kusumawati, A., 2011, Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kusus Hypermart Malang Town Square (MATOS), *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol. 3 No. 1, Januari – Juni: pp 75-86.
- Lovelock, C.H. dan L.K. Wright, 1999, *Principles of Service Marketing And Management*, New Jersey, Prentice-Hall Inc.
- Lovelock, C.H. dan L.K. Wright, 2002, *Principles of Service Marketing And Management*, New Jersey, Pearson Education Inc.
- Lupiyoadi R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, PT Salemba Emban Patria.
- Malik, M.E., M.M. Ghafoor, dan H.K. Iqbal, 2012, Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector, *Journal of International Business and Social Science*, Vol. 3 No. 23, Desember: pp 123 – 129.
- Malik, F., S. Yaqoob, dan A. S. Aslam, 2012, The Impact of Price Perception, Service Quality, and Brand Image on Customer Loyalty, *Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4 No. 5, September: pp 487 – 505.
- Mosahab, R., O. Mahamad, dan T. Ramayah, 2010, Service Quality, Customer Satisfaction dan Loyalty: A Test of Mediation, *Journal of International Business Research*, Vol. 3 No. 4, Oktober: pp 72 – 80.
- Mulya H. S., 2011, *Telkomsel Pertahankan Kualitas Pelayanan Tertinggi 5 Tahun Berturut-turut*, diakses 12 Mei 2011, [http://www. Telkom sel .com](http://www.Telkomsel.com).
- Paseban, 2011, *Perbandingan Tarif Telepon Antar Operator di Indonesia*, diakses 21 September 2011, <http://portal.paseban.com>.

- Pramudyo, A., 2012, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening, *Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi*, Volume 1, No. 1, Agustus: pp 1-16.
- Prasetya, Y., 2012, *Perbandingan pelanggan layanan voice dan data antar operator telekomunikasi di indonesia*, diakses 17 November 2012, <http://www.slideshare.net>.
- Putra, F.T.B. dan E. Raharja, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Bengkel Mobil Rapierglass Autocare Semarang, *Journal of Management*, Volume 1, No. 1: pp 1-15.
- Rangkuti, F., 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F., 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, M., 2012, Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro, Survey Konsumen Teh Botol Sosro di Food Courd ITC Cempaka Mas di Jakarta Timur, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol 3, No.1: pp 1-17.
- Royan, F. M., 2007, *Smart Launching New Product*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Saidani, B. dan S. Arifin, 2012, Pengaruh kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.3, No.1: pp 1-22.
- Santoso, S., 2011, *Structural Equation Modeling (Konsep dan Aplikasi Dengan Amos 18)*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Shanker, R., 2008, *Services Marketing The Indian Perspective*, New Delhi, Excel Books.
- Siagian, Y. M., 2007, *Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis*, Jakarta, PT Grasindo.

- Soeratno dan L. Arsyad, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Tjiptono, F., 2001, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi.
- Triadici, 2012, *Pelayanan Grapari Telkomsel, Memuaskan*, diakses 18 Juni 2012, <http://triadici.blogspot.com>.
- Umar, H., 2003, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Yamin, S. dan H. Kurniawan, 2009, *Structural Equation Modeling*, Jakarta, Salemba Infotek.
- Zulhijjah, 2010, *Raih 3 Penghargaan ICOSA 2010, Telkomsel Pertahankan Kepuasan Pelanggan Selama 11 Tahun*, diakses 6 Oktober 2010, <http://riautekini.com>.