

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap 73 responden pelanggan IndiHome di PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Kota Gunungsitoli, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-hitung sebesar 4,168 dan signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa semakin positif persepsi pelanggan terhadap citra merek IndiHome, maka semakin tinggi tingkat loyalitas mereka.
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-hitung sebesar 4,000 dan signifikansi 0,000. Ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, maka loyalitas mereka terhadap layanan IndiHome akan semakin kuat.
3. Citra Merek dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
Uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 78,434 dengan signifikansi 0,000, yang berarti terdapat pengaruh bersama antara citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya kontribusi kedua variabel ini terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 69,1% ($R^2 = 0,691$), sedangkan sisanya sebesar 30,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa citra merek dan kualitas layanan merupakan faktor penting yang memengaruhi loyalitas pelanggan IndiHome di Kota Gunungsitoli.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Penulis sebagai bahan acuan yang digunakan dalam menyusun tugas akhir skripsi.

2. Bagi Manajemen PT. Telkom (IndiHome) Kota Gunungsitoli:

Perusahaan perlu terus menjaga dan meningkatkan citra merek melalui strategi pemasaran yang konsisten, penggunaan media digital, dan pelayanan yang profesional agar tetap melekat di benak pelanggan.

Kualitas layanan harus ditingkatkan, terutama dalam hal kecepatan penanganan keluhan, stabilitas jaringan, dan layanan pelanggan. Hal ini sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan layanan internet yang semakin ketat.

3. Bagi Pelanggan:

Pelanggan diharapkan memberikan umpan balik secara aktif kepada pihak Telkom/IndiHome agar perusahaan dapat melakukan evaluasi dan peningkatan layanan secara lebih tepat sasaran.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Penelitian ini hanya menjelaskan pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti kepuasan pelanggan, harga, atau pengalaman pengguna, agar dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Perlu juga dilakukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih besar atau pada wilayah geografis yang lebih luas agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih tinggi.