

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian teori dan hasil pengolahan data serta analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulan yang dapat diperoleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Persepsi pelanggan dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta terhadap variabel simplisitas, interaktivitas, kualitas layanan, kepercayaan merek serta loyalitas merek ada pada skala cukup baik (skala lima dari tujuh skala). Pencapaian tertinggi ada pada variabel simplisitas sedangkan pencapaian terendah ada pada variabel kepercayaan merek dan loyalitas merek.
2. Simplisitas memiliki pengaruh yang positif terhadap kualitas layanan dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel simplisitas ini menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kualitas layanan pada model.
3. Interaktivitas memiliki pengaruh yang positif terhadap kualitas layanan dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel interaktivitas ini menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kualitas layanan pada model.
4. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas merek dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel kualitas layanan ini menjelaskan variasi yang terjadi terhadap loyalitas merek pada model.
5. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepercayaan merek dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel kualitas layanan ini menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kepercayaan merek pada model.
6. Kepercayaan merek memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas merek dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel kepercayaan merek ini menjelaskan variasi yang terjadi terhadap loyalitas merek pada model.

7. Simplisitas dan Interaktivitas secara simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap kualitas layanan dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel Simplisitas dan Interaktivitas ini secara simultan menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kualitas layanan pada model.
8. Simplisitas dan Interaktivitas secara simultan memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap kualitas layanan serta memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Kepercayaan Merek dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel Simplisitas dan Interaktivitas ini secara simultan menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kualitas layanan dan Kepercayaan Merek
9. Simplisitas dan Interaktivitas secara simultan memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap kualitas layanan serta memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepercayaan merek dan loyalitas merek dari operator telepon seluler di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Variabel Simplisitas dan Interaktivitas ini secara simultan menjelaskan variasi yang terjadi terhadap Terhadap kualitas layanan dan Kepercayaan Merek dan loyalitas merek

## **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan tersebut, rekomendasi yang dapat disampaikan pada penelitian ini ialah:

1. Persepsi pelanggan terhadap kepercayaan merek dan loyalitas merek masih rendah dibandingkan dengan variable yang lain, oleh karena itu perusahaan hendaknya meningkatkan kepercayaan merek serta loyalitas merek. Variabel kepercayaan merek yang harus ditingkatkan ialah subvariabel kepercayaan terhadap biaya khususnya tingkat biaya dibandingkan dengan operator lain.. Variabel loyalitas merek yang harus ditingkatkan ialah subvariabel biaya peralihan khususnya biaya yang diperlukan untuk berpindah operator
2. Simplisitas mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan, namun demikian pelanggan masih merasakan bahwa tingkat pemahaman operator terhadap kebutuhan pelanggan masih kecil. Tingkat pemahaman operator terhadap kebutuhan

pelanggan ini perlu ditingkatkan oleh operator mengingat hal ini akan berpengaruh terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan operator.

3. Interaktivitas mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan, namun demikian pelanggan masih merasakan bahwa ketersediaan kode angka (*numeric code*) yang menggambarkan jenis layanan informasi non verbal bagi pelanggan belum mencukupi. Penyediaan kode angka yang menggambarkan jenis layanan perlu ditingkatkan oleh operator mengingat hal ini akan berpengaruh terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan operator.
4. Variabel kualitas layanan mempunyai faktor determinasi yang kecil terhadap variabel loyalitas merek (yang dapat dimaknai bahwa variabel kualitas layanan hanya sedikit menjelaskan variasi terhadap variabel loyalitas merek). Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas merek melalui variabel kepercayaan merek, oleh karena itu perusahaan harus menyadari bahwa loyalitas merek tidak dapat ditingkatkan hanya dengan meningkatkan kualitas layanan saja, namun dengan meningkatkan kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepercayaan merek agar loyalitas merek dapat ditingkatkan.
5. Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepercayaan merek, namun demikian pelanggan masih merasakan bahwa efisiensi kualitas layanan khususnya mengenai tingkat biaya yang harus dikeluarkan pelanggan masih kecil. Operator harus memperhatikan efisiensi tingkat biaya yang harus dikeluarkan pelanggan mengingat subvariabel ini dapat mempengaruhi kepercayaan merek pelanggan.
6. Kepercayaan merek mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap loyalitas merek, namun demikian pelanggan masih merasakan bahwa kepercayaan terhadap tingkat biaya bila dibandingkan dengan operator lain masih kecil. Operator harus memperhatikan tingkat biaya bila dibandingkan dengan operator lain mengingat subvariabel ini dapat mempengaruhi loyalitas merek pelanggan.

7. Simplisitas dan Interaktivitas secara simultan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap kualitas layanan. Operator hendaknya menyadari bahwa pelanggan dapat mempersepsikan kualitas layanan dengan melihat pengaruh simplisitas dan interaktivitas secara simultan. Subvariabel dari simplisitas dan interaktivitas yang masih memperoleh tanggapan rendah (yaitu pemahaman operator terhadap kebutuhan pelanggan dan ketersediaan kode angka (*numeric code*) yang menggambarkan jenis layanan) perlu mendapat perhatian dari operator.
8. Simplisitas dan Interaktivitas secara simultan mempunyai pengaruh total yang kecil terhadap kepercayaan merek. Pengaruh simplisitas dan interaktivitas terhadap kepercayaan merek terlaksana melalui variabel kualitas layanan, dengan demikian untuk meningkatkan kepercayaan merek pelanggan perlu dilakukan upaya meningkatkan kualitas layanan.
9. Simplisitas dan Interaktivitas mempunyai pengaruh total yang kecil terhadap loyalitas merek sedangkan kualitas layanan dan kepercayaan merek mempunyai pengaruh total yang cukup terhadap loyalitas merek. Perusahaan perlu mengupayakan peningkatan kualitas layanan serta kepercayaan merek bila ingin meningkatkan loyalitas merek,

### 5.2.1 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan dan rekomendasi tersebut diatas, implikasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Implikasi bagi Ilmu adalah:
  - a. Simplisitas dan interaktivitas berpengaruh terhadap kualitas layanan yang dirasakan pelanggan
  - b. Kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan secara langsung terhadap loyalitas merek
  - c. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek yang pada akhirnya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek
2. Implikasi bagi praktek adalah:

- a. Kualitas layanan yang dirasakan pelanggan banyak berpengaruh kepada loyalitas merek melalui kepercayaan merek (kepercayaan pelanggan terhadap merek)
- b. Kepercayaan pelanggan terhadap merek akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek

### **5.2.2 Temuan Penelitian**

1. Siplisitas dan interaktivitas berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan, dengan demikian kedua variable tersebut dapat dipergunakan sebagai indikator dari kualitas layanan
2. Kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek.
3. Kualitas Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas merek