

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari teori, pengolahan data dan pembahasan pada bab sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi linear ganda yang dilaksanakan mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap harga sebagian besar cukup tinggi. Indikator paling tinggi yaitu harga berdasarkan nilai memperoleh tanggapan yang baik dari konsumen sedangkan indikator yang paling rendah yaitu harga berdasarkan persaingan.
2. Tanggapan responden terhadap promosi sebagian besar cukup tinggi. Indikator paling tinggi yaitu hubungan masyarakat memperoleh tanggapan yang baik dari konsumen sedangkan indikator yang paling rendah yaitu iklan.
3. Tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan sebagian besar tinggi. Indikator paling tinggi yaitu tingkat pembelian di luar lini produk yang ditawarkan, indikator paling rendah adalah tingkat frekuensi penciptaan prospek.
4. Pengaruh harga yang meliputi harga berdasarkan persaingan dan harga berdasarkan nilai terhadap loyalitas pelanggan yang terdiri dari tingkat pembelian ulang, tingkat pembelian di luar nilai produk yang ditawarkan, tingkat kekebalan

terhadap pesaing dan tingkat frekuensi penciptaan prospek dapat dibuktikan dengan pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5. Pengaruh promosi yang terdiri iklan, promosi dan hubungan masyarakat terhadap loyalitas pelanggan yang terdiri dari tingkat pembelian ulang, tingkat pembelian di luar nilai produk yang ditawarkan, tingkat kekebalan terhadap pesaing dan tingkat frekuensi penciptaan prospek dapat dibuktikan dengan pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
6. Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh kesimpulan bahwa harga dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang termasuk kedalam kategori sangat kuat/tinggi.

## **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai harga dan promosi agar mampu meningkatkan loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Perusahaan kartu GSM IM3 harus dapat bersaing dengan perusahaan telekomunikasi yang lainnya dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, karena berdasarkan hasil penelitian terhadap responden kebanyakan dari mereka tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh operator IM3. Sehingga dalam hal ini customer service dan call center IM3 harus memberikan

pelayanan yang lebih baik lagi terhadap pengguna IM3 baik dalam hal keluhan maupun pertanyaan seputar produk IM3.

2. Perusahaan kartu GSM IM3 harus menambah alat promosi dalam mempromosikan kartu IM3, khususnya dalam bentuk periklanan. Karena selama ini konsumen kurang tertarik untuk menggunakan kartu IM3 karena kurangnya media promosi yang digunakan.
3. Perusahaan harus lebih memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, agar pelanggan kartu IM3 dapat loyal terhadap perusahaan. Hal itu tentunya harus lebih memberikan dan menjanjikan terhadap pelanggan IM3 baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Karena pelanggan IM3 mengharapkan berbagai fasilitas yang lengkap dan sesuai dibandingkan dengan kartu GSM lainnya.