

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *citra merk* dan kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan produk indihome, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

- a. *Citra merk* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Produk produk indihome, dengan demikian maka hipotesis penelitian initerbukti.
- b. *Citra merk* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitaspelanggan . Hal ini terlihat dari *citra merk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Produkindihome.
- c. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelnggan . Hal ini terlihat dari kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan ProdukIndihome.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk indihome sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a) Untuk variabel *citra merk* yang meliputi *citra pembuat*, *citra pemakai*,berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk indihome. Sebagian besar responden menilai bahwa *citra merk* padaPT

Telkom mampu memberikan kesan yang positif bagi penggunanya. Citra perusahaan yang baik yang dihadirkan oleh PT Telkom mampu berpengaruh besar terhadap kepuasan penggunanya dan menjadikannya ingin melakukan pembelian ulang. Perusahaan terpercaya akan berpengaruh positif terkait produk indihome dan para pelanggan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Sehingga para calon pembeli akan terdorong untuk memakai produk indihome tersebut dan pada akhirnya loyalitas pelanggan indihome akan meningkat.

- b) Juga pada variabel kualitas produk yang terdiri atas kinerja yang baik, fitur, serta kesan kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk indihome. Sebagian besar responden menilai bahwa kualitas produk indihome cukup bagus dimasyarakat. Kepercayaan konsumen terhadap indihome mampu menghasilkan kepuasan konsumen yang berpengaruh pada sikap, pembelian ulang dan loyalitas. Pelanggan yang loyal menjadi sulit dipengaruhi untuk mengubah pilihannya ke produk lain. Semakin kuat kualitas produk yang diberikan untuk masyarakat maka semakin kuat pula rasa percaya diri pengguna untuk tetap loyal atau setia terhadap produk tersebut.

2. Bagi peneliti yang akan datang

Pada penelitian ini, peneliti mengukur pengaruh *citra merk* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan secara terbatas dengan ditentukannya populasi dan sampel pada pelanggan indihome di PT Telkom Indonesia. Saran bagi peneliti yang akan datang yaitu diharapkan dapat meneliti

pengaruh dari variabel lainnya diluar dari penelitian ini dengan melakukan pengkajian secara mendalam atau mengembangkan variabel penelitian ini yang mempengaruhi loyalitas pelanggan selain *citra merk* dan kualitas produk