

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan:

1. Dari hasil uji data antara variabel bebas Harga (X1) dan variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,900 artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,987 dan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, variabel Harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Dari hasil uji data antara variabel bebas Promosi (X2) dan variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,283 artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,987 dan nilai signifikan  $0,025 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, variabel Promosi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Dari hasil uji data antara variabel bebas Citra Merek (X3) dan variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,233 artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,987 dan signifikan  $0,002 < 0,05$  Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$

ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, variabel Citra Merek ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

## **B. Saran**

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Harga pada kartu smartfren memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan artinya harga yang ditawarkan oleh perusahaan smartfren sudah baik. Maka untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan smartfen jangan terlalu sering menaikkan harga. Smartfren juga harus memperhatikan harga yang diberikan oleh perusahaan pesaing agar pelanggan pada pengguna kartu smartfren tetap loyal tidak berpaling pada layanan kartu lainnya.
2. Promosi pada kartu smartfren memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan artinya promosi yang dilakukan PT Smartfren Telecom Tbk sudah baik namun perusahaan harus tetap meningkatkan promosi, seperti menambah potongan-potongan harga pada produk yang ditawarkan dan mengadakan event-event di setiap kampus sehingga dapat

meningkatkan loyalitas pelanggan. Meningkatnya loyalitas pelanggan maka akan berdampak terhadap keuntungan yang akan diperoleh.

3. Citra Merek pada kartu smartfren memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan artinya citra merek yang ada pada perusahaan smartfren sudah baik namun harus lebih ditingkatkan lagi. Dengan cara meningkatkan akses layanan internet yang lebih cepat dan mudah karena dengan citra merek yang bagus menjadi nilai tambah bagi konsumen untuk membeli suatu produk.