

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna kartu Telkomsel pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji data antara variabel bebas Kepercayaan merek ( $X_1$ ) dan variabel terikat Loyalitas pelanggan ( $Y$ ), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,254 artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,981 Dan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, variabel Kepercayaan merek ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Telkomsel pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
2. Dari hasil uji data antara variabel bebas Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan variabel terikat Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,232 artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,981 dan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$  Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $h_a$  diterima yang artinya variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
3. Dari hasil uji data antara variabel bebas Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan variabel terikat Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,986 artinya  $t_{hitung} >$

$t_{\text{tabel}}$  1,981 dan nilai signifikan  $0,03 < 0,05$  Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $h_a$  diterima yang artinya variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel pada Mahasiswa UIN 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 :

### **A. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan merek, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. hal yang harus dilakukan perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya yaitu :

1. Perusahaan harus memberikan keunggulan produk dengan mengembangkan hal yang baru secara kreatif dan inovatif.  
Contoh : Telkomsel memiliki fitur Transfer pulsa ke sesama pengguna Telkomsel, Sebaiknya Telkomsel juga bisa melakukan sistem Transfer pulsa ke operator lainnya.
2. Mampu mengikuti perkembangan di Era Modern saat ini.  
Contohnya : terus melakukan inovasi – inovasi yang tetap

menjadikan Telkomsel menjadi rujukan atau pedoman bagi Operator lain, serta turut mengembangkan teknologi 5G untuk memperluas dan memperlancar jaringan dalam melakukan browsing.

3. Perusahaan harus mampu bersaing dengan pesaing-pesaing yang memiliki kualitas, fitur, fasilitas, manfaat dan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen, agar konsumen tidak akan mudah beralih ke produk lain. Contohnya : dalam mengeluarkan produk terbaru kualitas kartu telkomsel haruslah lebih baik dari produk yang dikeluarkan sebelumnya bahkan harus lebih baik dari operator lainnya. Dan menambah fitur yang dirasa belum ada di kartu telkomsel yang bisa memberikan manfaat kepada pengguna