

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini berarti *service quality* mampu mempengaruhi *loyalty*. Semakin tinggi *service quality* maka semakin tinggi *loyalty* pelanggan kuota internet Telkomsel.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya variabel *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini berarti *brand trust* mampu mempengaruhi *loyalty*. Semakin baik *brand trust* maka semakin meningkat *loyalty* pelanggan kuota internet Telkomsel.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya variabel *promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini berarti *promotion* mampu mempengaruhi *loyalty*. Semakin tinggi *promotion* maka semakin tinggi *loyalty* pelanggan kuota internet Telkomsel.
4. Hasil uji f membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari *service quality*, *brand trust* dan *promotion* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *loyalty*.

5.2. Keterbatasan

Penelitian yang dilaksanakan ini mempunyai keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk peneliti – peneliti selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada pengguna kuota internet Telkomsel di Kebumen apabila penelitian ini dilakukan kembali pada objek yang berbeda maka kemungkinan hasil di dalam penelitian selanjutnya pun akan berbeda.
2. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui pengisian kuesioner *google form*, sehingga jawaban responden bersifat objektif dan kemungkinan terdapat adanya data yang tidak biasa, akibat responden mengisi kuesioner secara sembarangan.
3. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi pustaka.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain :

1. PT Telkomsel harus bisa memberikan *service quality* yang lebih baik dan kesesuaian seperti meningkatkan kualitas jaringan internet yang lebih stabil sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

2. PT Telkomsel sebaiknya harus terus menjamin keamanan pelanggan, membuat produk atau jasa melebihi ekspektasi pelanggan dan memberikan apresiasi kepada pelanggan sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap *brand* Telkomsel
3. PT Telkomsel sebaiknya terus mempromosikan penawaran-penawaran yang menarik serta berkualitas lebih bagus dan lebih unggul dari perusahaan operator seluler lain untuk meningkatkan *loyalty* pelanggan kuota internet Telkomsel.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. *Service quality* dalam sebuah jaringan dilihat dari tingkat kecepatan dan kehandalan disegala macam data dalam suatu komunikasi (Bari, dkk, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Telkomsel memberikan kecepatan jaringan internet dengan stabil sehingga pelanggan di Kabupaten Kebumen dapat mengakses internet dengan cepat dan stabil.
2. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. *Brand trust* adalah perasaan aman yang ditimbulkan berdasarkan interaksi mereka terhadap suatu merek dan merek tersebut dapat dipercayai serta bertanggung jawab

(Tong, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan kuota internet Telkomsel di Kabupaten Kebuman mempercayai merek Telkomsel memiliki kualitas jangiran internet yang bagus dari merek operator seluler lain.

3. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty Promotion* merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh tenaga pemasar guna memberikan sebuah informasi sebuah produk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan (Aprioman, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Telkomsel mempromosikan penawaran-penawaran produk kuota internet Telkomsel menjadi daya tarik pelanggan untuk tidak berpindah ke operator seluler lain.