

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data yang dari kuesioner yang telah disebar dan telah dianalisis dengan bantuan *SPSS For Windows 25.0* mengenai pengaruh citra perusahaan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Kebumen, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Citra Perusahaan mempunyai hasil t_{hitung} sebesar $-2,981 > t_{tabel}$ sebesar 1.98304 dan tingkat signifikan sebesar $0,004 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Kebumen. Maknanya semakin besar citra perusahaan, semakin rendah loyalitas konsumen.
2. Variabel kepercayaan mempunyai hasil t_{hitung} sebesar $3,616 > t_{tabel}$ sebesar 1.98304 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Kebumen.
3. Variabel kualitas pelayanan mempunyai hasil t_{hitung} sebesar $4,897 > t_{tabel}$ sebesar 1.98304 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Kebumen.

4. Variabel Citra perusahaan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan menunjukkan F_{hitung} sebesar 31,439 dengan nilai tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar $31,439 > F_{tabel} 2,69$, yang berarti bahwa variabel citra perusahaan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Kebumen.

5.1. Keterbatasan

Penelitian ini telah dilaksanakan dan dilakukan sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada variabel citra perusahaan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen Indihome.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Kebumen, dengan jumlah responden sebanyak 107. Oleh karena itu diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas lokasi penelitian.

5.2. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

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

1. Citra perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dijelaskan bahwa adanya

informasi dari pihak perusahaan/pihak luar tentang citra perusahaan PT.Telkom Indonesia dengan produk Indihomenya belum dapat sepenuhnya mempengaruhi loyalitas konsumen Indihome. Artinya sebanyak apapun informasi yang dapat dipercaya tentang sebuah citra perusahaan belum bisa sepenuhnya akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Oleh karenanya, PT. Telkom Indonesia dengan produknya Indihome dapat mengembangkan citra yang baik bagi perusahaannya, sehingga konsumen atau pelanggan akan merasa bahwa PT.Telkom Indonesia (Indihome) sangat menjaga citra perusahaannya. Citra perusahaan merupakan salah satu aset terpenting yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipelihara.

2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dijelaskan bahwa ketika perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan kepada konsumennya. Maka konsumen akan memiliki persepsi yang baik terhadap perusahaan. Hubungan antara kepercayaan dengan loyalitas konsumen yaitu semakin tinggi kepercayaan pelanggan/konsumen terhadap suatu produk atau jasa, maka akan semakin tinggi pula tingkat kesetiaan pelanggan pada suatu merek atau jasa. Oleh karena itu, PT.Telkom Indonesia dengan produknya Indihome ataupun karyawan-

karyawan yang bekerja bisa mempertahankan kepercayaannya kepada konsumen.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dijelaskan bahwa ketika tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan konsumen atau pelanggan, maka konsumen atau pelanggan akan semakin loyal/setia kepada perusahaan. Artinya jika layanan yang diberikan perusahaan atau karyawan –karyawan dari perusahaan sesuai yang diharapkan konsumen atau pelanggan maka akan menciptakan loyalitas atau kesetiaan terhadap produk, jasa atau perusahaan. Oleh karena itu, PT.Telkom Indonesia dengan produknya Indihome dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanannya.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, implikasi teoritis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Muzzamil, Mukhlis Yunus, dan Nurdasila Darsono (2018) yang menunjukkan bahwa Citra perusahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ria Restika Halid, Andi Juanna (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifatu Afifah Khoirunnisa dan Andi wijayanto (2021) disebutkan bahwa hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen indihome di Kota Semarang.