

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian maka dapat di tarik kesimpulan :

1. Variabel kepercayaan merek (X1), kualitas layanan (X2) dan harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), hal ini dapat di lihat dari hasil uji t kepercayaan merek (X1) dimana nilai t_{hitung} sebesar 2,187 lebih besar daripada t_{tabel} 1,99714 dengan signifikansi $0,032 < 0,05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil uji t kualitas layanan (X2) dimana nilai t_{hitung} sebesar 2,337 lebih besar dari t_{tabel} 1,99714 dengan signifikansi $0,023 < 0,05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dan hasil uji t harga (X3) dimana nilai t_{hitung} sebesar 2,377 lebih besar dari t_{tabel} 1,99714 dengan signifikansi $0,021 < 0,05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

2. Variabel kepercayaan merek (X1), kualitas layanan (X2) dan harga (X3) juga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y), hal ini dapat di lihat pada hasil uji f dimana nilai f_{hitung} sebesar 6,842 lebih besar daripada f_{tabel} 2,746 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka diberikan beberapa saran :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Telkomsel, maka diharapkan pihak Telkomsel mampu menjaga kepercayaan yang sudah dimiliki dari pelanggan dan berusaha untuk tidak mengecewakan pelanggan, kemudian selalu menjaga bahkan meningkatkan kualitas yang diberikan agar pelanggan selalu merasa puas akan produk Telkomsel serta selalu memberikan manfaat yang sesuai dengan harapan para pelanggan dengan harga yang ditawarkan.

2. Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih dalam lagi dan mengembangkan dengan menambah lebih banyak kajian Islam. Kemudian peneliti selanjutnya juga diharapkan bisa menambah atau memasukkan variabel lain yang belum dipakai dalam penelitian ini.

3. Berdasarkan hasil dari penelitian bahwa kepercayaan merek, kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maka diharapkan bagi mahasiswa FEBI yang memakai produk Telkomsel agar bisa konsisten dalam menggunakan produk Telkomsel serta diharapkan bisa menggunakan paket internet Telkomsel dengan bijak dan dengan hal-hal yang positif.