

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,117 yang artinya jika kualitas produk naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,117. Serta nilai Sig. variabel kualitas produk adalah 0,021 kurang dari 0,05. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru.
2. kualitas pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,090 yang artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,090. Serta nilai Sig. variabel kualitas pelayanan adalah 0,031 kurang dari 0,05. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru.
3. Kepuasan pelanggan memiliki koefisien sebesar 0,117 yang artinya jika kepuasan pelanggan naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,117. Serta nilai Sig. variabel kepuasan pelanggan adalah 0,017 kurang dari 0,05. Dengan demikian kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru.

4. Berdasarkan hasil perhitungan statistic uji simultan diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) adalah sebesar 0,793. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel bebas(kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat(loyalitas pelanggan) adalah sebesar 79,3%, sedangkan sisanya yaitu 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam variabel penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk Indihome di Tewel baru

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu diharapkan agar Indihome dapat terus meningkatkan kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan yang ada.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat terdapat 20,7% dari koefisien variabel loyalitas pelanggan yang dipengaruhi variabel lain. Oleh karena itu diharapkan untuk peneliti lain agar dapat memperluas variabel yang diamati.