

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Indihome di Surabaya. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Surabaya. Artinya semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh Indihome, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan Indihome.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Surabaya diterima.

2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Surabaya. Artinya semakin tinggi tingkat kesesuaian harga yang ditetapkan Indihome dengan kualitas produk yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan Indihome.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Surabaya diterima.

3. Ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Surabaya. Artinya, semakin tinggi tingkat ekuitas merek yaitu kemampuan mengenali dan mengingat Indihome, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan Indihome.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Surabaya diterima.

4. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya. artinya semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitasnya terhadap Indihome.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya diterima.

5. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya melalui mediasi kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang nantinya diharapkan timbul sikap loyal terhadap Indihome.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya melalui mediasi kepuasan pelanggan diterima.

6. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya melalui mediasi kepuasan pelanggan. Artinya semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan kualitas produk serta nilai manfaat yang diperoleh,

maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang nantinya diharapkan timbul sikap loyal terhadap Indihome.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis keenam yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya melalui mediasi kepuasan pelanggan diterima.

7. Ekuitas Merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya melalui mediasi kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi ekuitas merek maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang nantinya diharapkan timbul sikap loyal terhadap Indihome.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ketujuh yang menyatakan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya melalui mediasi kepuasan pelanggan diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa di dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam pengisian kuesioner terdapat kendala responden yang terburu-buru dalam mengisi kuesioner yang diajukan oleh peneliti.
2. Terdapat beberapa kuesioner dengan maksud yang serupa tetapi tidak dijawab secara konsisten oleh responden.
3. Responden kurang cermat dalam memahami pernyataan yang dimaksud pada kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat untuk pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Bagi Indihome

- a. Sebaiknya Indihome meningkatkan Kualitas Layanan khususnya yang berkaitan dengan pernyataan kuesioner kode KL03 yaitu “Indihome bersedia memberikan jaminan apabila saya merasa dirugikan oleh produk”. Pada variabel kualitas layanan, Indihome sebaiknya lebih memberikan jaminan (*assurance*) terhadap pelanggan apabila sering mengalami keluhan atau *trouble*. Hal tersebut penting karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta alasan bagi pelanggan untuk tetap loyal terhadap Indihome.
- b. Sebaiknya Indihome meningkatkan kualitas produknya, karena pada saat ini kompetitor Indihome semakin meningkat dan mampu menarik konsumen baru dengan harga dan kualitas produk yang sesuai. Sebagai produk dari BUMN Indihome harus menjaga eksistensi dan *image* nya sebagai *provider* internet terbaik di benak masyarakat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya lebih cermat dalam memantau responden saat mengisi kuesioner agar responden lebih konsisten dan teliti dalam mengisi kuesioner.

- b. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memberikan penjelasan secara jelas terhadap responden, untuk menghindari ketidakpahaman responden yang dapat berpengaruh terhadap pengisian kuesioner.
- c. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan konfirmasi ulang pernyataan kuesioner kepada responden.



DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed, Z., Rizwan, M., Ahmad, M., Haq, M., Ji, M. F., Wood, W., ... Karimi, S. (2014). a Purchase Decision Making Process Model of Online Consumers and its Influential Factor a Cross Sector Analysis. *Theses PhD*, 22(4), 361–378.
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016). The Effects of Service Quality on Student Loyalty: The Mediating Role of Student Satisfaction. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 446-462.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi* (Pertama). Jakarta: Prenada Media Group.
- Dulkhatif, Haryono, A. T., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Penyedia Jasa Internet Studi PT. Noken Mulia Tama Semarang. *Jurnal of Management*, 2(2), 34.
- Ehsan Malik, M., Mudasar Ghafoor, M., & Kashif Iqbal, H. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector. *International Journal of Business and Social Science*, 3(23), 123–129.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analysis of Price, Promotion, and Service Quality to Consumer Satisfaction on Manado Grace Inn Hotel. *Maret*, 3(1), 1313–1322.
- Hidayat, R. (2018). Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Elzatta pada Generasi Milenial) *The Influence Price and Product Innovation to Customer Loyalty (Case Study : Elzatta On Millennial Generation 2018)*. 4(3), 1092–1099.
- Khan, M. N., Rizwan, M., Islam, F., Zain-Ul-Aabdeen, & Rehman, M. (2016). The Effect of Brand Equity of Mobile Phones on Customer Satisfaction : an Empirical Evidence from Pakistan. *American Journal of Business and Society*, 1(1), 1–7.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*.

- Latan, Hengky dan Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 2.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. (n.d.). Diambil dari https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internetindonesia-nomor-enamdunia/0/sorotan_media
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sumawardhani, Minarsih M. P., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Desain, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Peningkatan Penjualan di Percetakan Teaching Factory Gradasi Semarang. *Journal of Management*, 2(2).
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. dan D. A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Giovanny, Ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Yuanwei, Q., & Lertbuasin, S. (2018). *The Influence Of Service Quality And Brand Equity on Customer Loyalty to 5 Star Hotels in The Yunnan Province of China*. 20(1), 35–47.