

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai maka kesimpulan yang diambil berdasarkan analisis data dari pembahasan yang dilaksanakan, beserta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan:

1. Hasil analisis memperlihatkan bahwasannya Kualitas Pelayanan memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan. Berarti bila Kualitas Pelayanan terus ditingkatkan maka Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan akan meningkat.
2. Hasil analisis memperlihatkan bahwasannya Citra Merek memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan. Berarti bila Citra Merek terus ditingkatkan maka Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan akan meningkat.
3. Hasil analisis memperlihatkan bahwasannya Variasi Produk memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan. Berarti bila Variasi Produk ditingkatkan maka Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka saran yang bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam usaha meningkatkan Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan:

1. Berdasarkan hasil penelitian untuk variabel Kualitas Pelayanan pada pernyataan nomor empat memiliki hasil *mean* paling rendah dengan *mean* 3,69 indikator *Assurance* (Jaminan). Maka saran dari penulis adalah untuk meningkatkan *Assurance* (Jaminan) Indihome yaitu strategi komunikasi mengenai penyampain informasi yang jelas dan mudah di mengerti terkait *Assurance* (Jaminan) oleh pelanggan sebagai langkah awal untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan pada indikator *Assurance* (Jaminan).

2. Berdasarkan hasil penelitian untuk variabel Citra Merek pada pernyataan nomor dua memiliki hasil *mean* paling rendah dengan indikator Recognition (Pengenalan) dengan *mean* 4,11. Maka saran dari penulis untuk perusahaan adalah sebaiknya perusahaan mempertahankan dan meningkatkan reputasi sebagai penyedia jaringan internet tercepat dengan fokus pada inovasi teknologi, kampanye pemasaran yang menekankan kecepatan, dan peningkatan layanan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian untuk variabel Variasi Produk pada pernyataan nomor tiga memiliki hasil *mean* paling rendah dengan indikator Ukuran produk dengan *mean* 3,97. Maka saran dari penulis untuk perusahaan adalah menyediakan berbagai produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

