

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Dengan melakukan uji pada penelitian ini serta didukung oleh penelitian terdahulu terhadap variabel persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti, yaitu semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap harga Sim Card Smartfren, semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti, yaitu semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti, yaitu semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan Smartfren, semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran kepada bagi PT. Smartfren Telecom Tbk antara lain:

1. Menjaga harga yang kompetitif dengan menyesuaikan harga produk dan layanan Smartfren dengan kondisi pasar dan daya beli pelanggan. Dan menawarkan paket-paket bundling dengan harga yang menarik dan nilai tambah yang jelas bagi pelanggan.
2. Meningkatkan Kualitas Layanan dengan menetapkan standar pelayanan yang tinggi dan konsisten di semua outlet dan channel layanan Smartfren. Serta memperluas jangkauan jaringan Smartfren untuk memastikan layanannya mudah diakses oleh pelanggan di seluruh wilayah Indonesia.

3. Meningkatkan persepsi harga dan kualitas layanan dengan melakukan komunikasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan tentang produk dan layanan Smartfren. Serta memberikan edukasi kepada pelanggan tentang manfaat dan cara penggunaan produk dan layanan Smartfren.

