

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut :

Variabel *customer cost* (X_1) dan kepercayaan (X_2) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) hal ini dapat dilihat dari hasil f hitung > dari f tabel dengan nilai $13,650 > 2,70$ dengan besar signifikansi $0,000$. Nilai R Square $0,204$ yang artinya memiliki pengaruh sebesar $20,4\%$. Dan memiliki persamaan regresi $Y = 0,316 X_1 + 0,239 X_2$ artinya jika *customer cost* (X_1) dan kepercayaan (X_2) naik maka pengaruh terhadap loyalitas pelanggan ikut naik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka diajukan beberapa saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut:

1) Rekomendasi untuk Manajemen Fisrt Media

- (1) Kepada pihak manajemen Fisrt Media dalam rangka meningkatkan aspek loyalitas konsumen antara lain dengan melakukan perbaikan dan peningkatan layanan yang meliputi; a) pemenuhan kebutuhan konsumen; b) meningkatkan keistimewaan produk jasa; c) meningkatkan kualitas pelayanan; d) meningkatkan kepedulian

terhadap keluhan konsumen dan e) meningkatkan kecepatan penanganan jaringan yang bermasalah.

- (2) Upaya perbaikan terhadap *customer cost* perlu dilakukan, mengingat harga selama ini memiliki dimensi; a) psikologis; b) energi; c) waktu dan d) moneter, sehingga keempat dimensi harga tersebut senantiasa terus dijaga agar konsumen memiliki tingkat loyalitas yang semakin tinggi.
- (3) Upaya meningkatkan terjadinya kepercayaan konsumen merupakan hal pokok yang harus senantiasa dipelihara dan terus ditingkatkan, di mana salah satunya dapat dilakukan dengan; peningkatan diversifikasi produk dan inovasi produk, sehingga pada konsumen akan semakin banyak pilihan untuk bertransaksi sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan konsumen.

2) Rekomendasi Akademis

- (1) Mengingat koefisien determinasi sebesar 79,6 persen, maka memberikan arahan mengenai masih dominannya faktor determinan terhadap loyalitas konsumen First Media di Komplek Cimandala Permai Kelurahan Cimandala Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor, dari variabel bebas penelitian, sehingga keinginan manajemen dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen, maka mutlak harus melibatkan kedua variabel penelitian tersebut.
- (2) Dalam rangka penelitian pengembangan (*development research*) disarankan kepada peneliti lain untuk melengkapi kajian studi ini dari pendekatan konsep, teori dan metode yang berbeda, sehingga dapat menambahkan kekayaan kajian mengenai loyalitas konsumen First Media, secara lebih komprehensif dan holistik.