

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis masalah, hipotesis, dan penelitian lainnya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif pada penelitian yang bertajuk “Pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan”. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diolah dengan metode regresi linier, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh yang bersifat positif dan signifikan secara parsial antara nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Batam tepatnya pelanggan Kavling Sei Lekop, Kelurahan Sungai Lekop, Kecamatan Sagulung, Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Artinya, Ini menunjukkan bahwa peningkatan nilai yang dirasakan oleh pelanggan, seperti kualitas produk yang baik dan harga yang kompetitif, cenderung meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat didukung dengan hasil uji t yang menunjukkan thitung $5,856 > ttabel$ $1,650$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, ada kemungkinan hipotesis H1 yang berjudul “Pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek di Batam” akan diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh yang bersifat positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Batam tepatnya pelanggan Kavling Sei Lekop, Kelurahan Sungai Lekop, Kecamatan Sagulung, Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Artinya, Ini menunjukkan bahwa pelanggan yang puas dengan pengalaman mereka, termasuk layanan yang mereka terima dan produk dan layanan yang mereka rasakan , lebih cenderung untuk tetap loyal dan melakukan pembelian ulang. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa thitung $6.479 >$ nilai ttabel 1.650 dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$. Sehingga hal ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis H2 yang menyatakan “Pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek di Batam” dapat diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

3. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh yang bersifat positif dan signifikan secara parsial antara kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan di Batam tepatnya pelanggan Kavling Sei Lekop, Kelurahan Sungai Lekop, Kecamatan Sagulung, Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Artinya, bahwa pelanggan yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap merek, baik dari segi keandalan produk maupun integritas perusahaan, lebih cenderung untuk tetap setia. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa thitung $3.878 >$ nilai ttabel 1.650 dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$. Sehingga hal ini dapat

dinyatakan bahwa hipotesis H3 yang menyatakan “Pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek di Batam” dapat diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

4. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian didapat hasil yang positif dan signifikan secara parsial antara nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Batam tepatnya pelanggan Kavling Sei Lekop, Kelurahan Sungai Lekop, Kecamatan Sagulung, Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Artinya, jika nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek yang diberikan oleh perusahaan bagus, maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari hasil uji t dari variabel nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek sehingga hal ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis H4 yang menyatakan “Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Skynet Indonesia Di Batam” dapat diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah disajikan sebelumnya, maka peneliti akan menyampaikan saran yang sekiranya dapat memberikan banyak manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Tingkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT Skynet Indonesia untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Misalnya,

melalui peningkatan fitur produk, layanan purna jual yang lebih responsif, dan penawaran harga yang kompetitif. Berikan program-program loyalitas yang menguntungkan pelanggan, seperti diskon khusus, poin reward, atau akses eksklusif ke produk dan layanan tertentu.

2. Lakukan survei rutin untuk mengukur kepuasan pelanggan dan identifikasi area yang memerlukan perbaikan. Bangun dan jaga citra merek yang positif melalui kampanye pemasaran yang konsisten dan transparan serta Kembangkan program loyalitas yang menarik untuk mempertahankan pelanggan setia dan mendorong pembelian berulang dan Selalu berinovasi dalam produk dan layanan untuk menjaga minat dan kepuasan pelanggan agar tetap tinggi.
3. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik, perlu dilakukan pengujian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan dengan menambahkan lebih banyak variabel independen.
4. Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian masa depan dalam bidang yang serupa.