

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel harga adalah variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari ketiga variabel yang diteliti (kualitas produk, harga, dan kualitas layanan), variabel harga terbukti paling mempengaruhi loyalitas pelanggan. Analisis statistik menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang sangat signifikan (nilai p-value 0,000 dan nilai t-statistik 9,224), artinya probabilitas bahwa hasil ini terjadi secara kebetulan sangat kecil strategi yang dapat dilakukan untuk membangun loyalitas pelanggan yaitu :

2. Didapatkan beberapa usulan strategi seperti berikut :

- a. Menyesuaikan harga

Menyesuaikan Penyesuaian harga tidak hanya perihal menarik pelanggan baru, tetapi dapat menjaga pelanggan yang sudah ada tetap puas dan setia. Dengan strategi harga yang tepat, perusahaan dapat menciptakan relasi berkelanjutan yang saling menguntungkan, di mana pelanggan merasa dihargai dan perusahaan mampu mempertahankan basis pelanggannya dalam jangka panjang.

- b. Investasi dalam teknologi

Dengan berinvestasi dalam teknologi, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, tetapi juga menciptakan relasi yang lebih kuat dengan pelanggan, yang merupakan kunci utama dalam menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

- c. Pemasaran agresif

Pemasaran agresif adalah alat penting bagi perusahaan untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat dan dinamika pasar yang terus berubah. Dengan pendekatan ini,

perusahaan dapat memastikan bahwa pelanggan tetap terlibat, merasa dihargai, dan terus memilih layanan perusahaan di atas pilihan lain.

5.2 Saran

Saran yang dapat digunakan berdasarkan hasil dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi penelitian berikutnya dapat memperluas variabel penelitian yang digunakan misalnya terkait dengan suasana kantor, ketersediaan lahan parkir, citra perusahaan, inovasi teknologi, maupun variabel lainnya yang belum ada dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga bisa memperluas jangkauan dan cakupan penelitian. Penelitian kedepannya dapat dilaksanakan tidak hanya berfokus pada VNET Sukabumi, namun bisa juga mencakup seluruh cabang VNET. Karena bertujuan agar dapat menjadi pembanding dalam hasil penelitian yang diperoleh.
2. Bagi pelaku usaha VNET Sukabumi dengan adanya penelitian yang dilakukan ini diharapkan menjadi masukan yang dapat di manfaatkan dalam membangun loyalitas pelanggan dan dapat mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan agar dapat mencegah terjadinya pelanggan berpindah ke pelaku usaha yang lain.