

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya tentang Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome area Pondok Gede, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Pondok Gede. Dengan demikian apabila ingin meningkatkan loyalitas tersebut maka harus diperhatikan citra merek Indihome.
2. Kualitas pelayanan juga positif dan signifikan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen Indihome terhadap loyalitas pelanggan Indihome. Dengan demikian apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka loyalitas konsumen Indihome di area Pondok Gede juga akan meningkat.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Bagi Perusahaan**

Berdasarkan pokok bahasan dan analisis yang telah disampaikan sebelumnya mengenai Dampak Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome di wilayah Pondok Gede, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam evaluasi dan pengembangan strategi untuk menanamkan loyalitas konsumen. Penembahasan dan hasil penelitian ini terkenal, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai skor terendah pada variabel Citra Merek ( $X_1$ ) pada pertanyaan “Produk Indihome mudah dipasang karena telah tersedia hampir diseluruh penjuru Indonesia” dengan skor kompetensi senilai 377. Dalam hal ini, diharapkan pihak Indihome dapat memperluas ketersediaan jaringan agar konsumen dapat dengan mudah mengakses layanan internet Indihome dengan tujuan untuk lebih dikenali di masyarakat.
2. Berdasarkan nilai skor terendah pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) pada indikator jaminan dengan pertanyaan “Indihome memberikan jaminan kepastian

biaya” dengan skor nilai 376. Dalam hal ini, diharapkan pihak Indihome dapat memberikan jaminan atas kepastian biaya yang akan dibayarkan oleh para konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen atas Kualitas Pelayanan Indihome.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dalam penelitian ini perhatian hanya memfokuskan pada tiga variabel yaitu citra merek dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, dan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen. Oleh karena *R square* (kd) sebesar 0,404 atau 40,4%, relatif kecil maka diperlukan penambahan variabel baru agar dapat memperluas pemahaman terhadap masalah yang sedang diteliti.