

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Setelah melakukan rangkaian kegiatan penelitian yang dilakukan terhadap loyalitas pelanggan Indihome Witel Sukabumi seperti yang telah di jelaskan pada bahasan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik simpulan beberapa simpulan diantaranya:

5.1.1. Berdasarkan pengukuran retensi pelanggan yang ada di Indihome Witel Sukabumi dengan dimensi kepercayaan (*trust*), kepuasan (*satisfaction*) dan juga komitmen (*commitment*) menunjukkan bahwa retensi yang diberikan oleh Indihome Witel Sukabumi yang dirasakan oleh pelanggan sudah dalam kategori tinggi sehingga dapat dijadikan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu, dari instrumen yang digunakan dalam penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan (*trusts*) memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan dengan dimensi retensi pelanggan lainnya.

5.1.2. *Switching costs* dengan dimensi *procedural switching costs*, *financial switching costs*, dan *relational switching costs* yang ada di Indihome Witel Sukabumi menunjukkan bahwa pelanggan merasakan tingginya *switching costs* dan hal tersebut dapat dijadikan sebagai variabel bebas yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dan dari dimensi *switching cost*

ternyata *Procedural Switching Cost* yang memiliki pengaruh paling besar diantara dimensi lainnya.

5.1.3. Loyalitas pelanggan Indihome Witel Sukabumi berdasarkan dimensi *makes regular repeat order, purchases across product and service line, refers other* dan *demonstrates immunity to the pull of the competition*. Dari keempat dimensi tersebut menunjukkan bahwa *refers other* (merekomendasikan kepada orang lain) memiliki pengaruh yang paling kuat.

5.1.4. Berdasarkan dari hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis secara simultan dapat diketahui bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara retensi pelanggan dan *switching costs* dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan Indihome Witel Sukabumi.

## **5.2. Saran**

Dan berikut ini saran yang dapat peneliti sampaikan setelah melakukan penelitian mengenai loyalitas pelanggan Indihome Witel Sukabumi:

5.2.1. Bagi perusahaan, setelah dilaksanakan penelitian ini peneliti menyarankan agar perusahaan lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan yang mana salah satunya yaitu adanya promo bagi pelanggan. Karena kurangnya promo yang diberikan oleh Indihome ada beberapa pelanggan yang beralih ke produk sejenis dan hendaknya perusahaan lebih memperhatikan mengenai retensi yang memang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini perlu dilakukan karena dengan adanya pelanggan perusahaan bisa mendapatkan keuntungan.

5.2.2. Dengan adanya *switching costs* yang diantara produk pesaing, seharusnya Indihome dapat memanfaatkan kesempatan untuk memberikan retensi pelanggan yang sudah loyal. Khususnya untuk memberikan keamanan dan kenyamanan pelanggan.

5.2.3. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai loyalitas pelanggan dengan menggunakan variabel bebas retensi pelanggan dan *switching costs* atau peneliti yang akan melaksanakan penelitian di Indihome Witel Sukabumi agar melakukan penelitian yang lebih baik lagi dari sebelumnya dan menggunakan penelitian-penelitian terdahulu secara bijak.

5.2.4. Dan bagi pihak lain disarankan untuk menggunakan penelitian ini sebagai salah satu referensi pemahaman mengenai loyalitas pelanggan, retensi pelanggan dan *switching costs* secara bijak.