

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengembangkan sebuah model untuk menganalisa pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen nama domain .id. Peneliti menggambarkan hasil-hasil yang ditemukan, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan kesimpulan diterima atau ditolaknya hipotesis serta berbagai implikasi teoritis dan manajerial yang muncul serta akan disajikan keterbatasan penelitian dan agenda mendatang yang dapat dilakukan sebagai kelanjutan dari penelitian tentang domain .id.

5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian atas hipotesis yang diajukan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Terdapat pengaruh antara harga nama domain .id terhadap loyalitas pelanggan nama domain .id. Kenaikan harga yang dilakukan Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI) pada Agustus 2018 mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan nama domain .id. Penelitian terdahulu yang mendukung ini adalah penelitian dari Amir Hortamani, Azarnoosh Ansari, Mohtaram Akbari (2013) yang berjudul *“Studying Impact of price Satisfaction on Loyalty: a Case Study in Electric Generating Plant Snowa”* dimana menyebutkan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Tidak terdapat pengaruh antara kualitas nama domain .id terhadap loyalitas pelanggan nama domain .id. Hal ini sesuai dengan informasi yang didapat bahwa persepsi kualitas antara nama domain .id dengan nama domain lainnya tidak berbeda baik dari segi kualitas maupun pelayanan, sehingga pengguna nama domain .id tidak menganggap bahwa kualitas tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pengguna nama domain .id. Penelitian terdahulu yang mendukung hasil ini adalah penelitian dari Amir Mahmud, Kamaruzaman Jusoff and St. Hadijah (2013) yang berjudul *“The Effect of Service Quality and Price on*

Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry” yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan nama domain .id. Citra merek merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna nama domain .id, persepsi pengguna nama domain terhadap citra merek nama domain merupakan faktor yang sangat mempengaruhi orang untuk menentukan dan menggunakan nama domain. Seperti yang diketahui bahwa nama domain merupakan alamat sekaligus merek yang berada di *internet*, sehingga sangat wajar bahwa merek menjadi faktor utama dalam pengaruh loyalitas pengguna nama domain. Penelitian terdahulu yang mendukung hasil ini antara lain penelitian Dr. Hsin Kuang Chi, Dr. Huery Ren Yeh, Ya Ting Yang (2009) yang berjudul “*The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty*” dan penelitian dari Wasiman, S.E., M.M (2017) yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Property di Kota Batam” yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Pengaruh bersama-sama antara harga, kualitas dan citra merek nama domain .id terhadap loyalitas pelanggan nama domain .id sebesar 63,9%, dimana sisanya yaitu 34,1% berasal dari variabel lain. Penelitian sebelumnya dari Kristiurman Jaya Mendrofa dan Mudji Sabar, 2016) yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas terhadap Minat Beli Nama Domain .id” yang menyatakan bahwa harga, citra merek dan kualitas berpengaruh terhadap minat beli nama domain .id, akan tetapi dengan variabel *independent* yang sama terhadap variabel *dependent* yang berbeda yaitu minat beli menjadi loyalitas pengguna nama domain .id. Perbedaan dari penelitian sebelumnya tersebut yaitu di satu variabel kualitas terhadap minat beli adalah berpengaruh

sedangkan pada hasil penelitian penulis kualitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna nama domain .id.

5.2. Saran

2.1. Pengelola Nama Domain Internet Indonesia

Rekomendasi yang bisa diberikan oleh penulis kepada Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI) berkaitan dengan penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan sebagai berikut :

1. Melakukan *branding* terhadap nama domain .id baik secara *online* maupun *offline* sehingga nama domain .id dianggap oleh masyarakat sebagai domain yang diperhitungkan serta menjadi domain pilihan utama oleh masyarakat Indonesia khususnya dan masyarakat internasional kedepannya. *Branding* bisa dilakukan juga bukan hanya menunjukkan bahwa .id adalah Indonesia akan tetapi untuk di luar negeri .id bisa diartikan sebagai *identity*, internasional, *idea* dan lain sebagainya.
2. Harga nama domain yang sudah dinaikkan memang menjadi salah satu pertimbangan loyalitas dari pengguna nama domain .id. Hal ini harus diperhitungkan dengan melakukan diferensiasi produk nama domain .id, sehingga ada nama domain .id yang mahal diperuntukkan untuk kalangan tertentu serta nama domain .id lainnya yang terjangkau, sehingga citra nama domain .id dengan berbagai produk yang ada baik yang mahal ataupun murah bisa menjadi alternatif dari pengguna nama domain .id sehingga pengguna loyal untuk tetap menggunakan nama domain .id dengan pilihan-pilihan produk yang ada.

2.2. Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang penulis mempunyai saran kepada peneliti yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan loyalitas pelanggan nama domain .id adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menambah variabel penelitian karena masih ada variabel lain yang menunjang loyalitas konsumen, karena variabel yang diteliti saat ini jika ditambah dengan variabel lainnya bisa meningkatkan persentase pengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Peneliti selanjutnya disarankan dapat membandingkan variabel-variabel harga, kualitas dan citra merek terhadap layanan pada registri nama domain di negara lain.

