

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Adapun beberapa kesimpulan yang akan penulis sajikan dalam bab ini diambil dari hasil penelitian dan pembahasan masalah yang dihadapi, kesimpulan tersebut diantaranya :

- a. Penyajian produk, harga, promosi, dan distribusi pada kartu prabayar Indosat M3 secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan yaitu 0,653 (diatas 0,5)
- b. Pada pengujian variabel bebas [Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), Distribusi ( $X_4$ )] terhadap variabel terikat [Loyalitas Konsumen ( $Y$ )] dapat diketahui variabel yang mempunyai pengaruh yang sangat kuat adalah variabel promosi dengan angka sebesar 0,594.
- c. Dari hasil pengujian hipotesis dimana  $t$  hitung 2,353 >  $t$  tabel 1,672, maka dapat diketahui bahwa  $H_0$  yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *marketing mix* terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar Indosat M3 ditolak, sebaliknya  $H_a$  yang menyatakan terdapat pengaruh antara *marketing mix* terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar Indosat M3 diterima.

d. Berdasarkan uji validitas dan realibilitynya adalah

1. Produk dilihat dari 5 indikatornya adalah

a. Kualitas SIM Card berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitungnya  $0,645 \geq r$  tabel  $0,256$  maka kualitas SIM Card valid

b. Kejernihan suara berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitungnya  $0,489 \geq r$  tabel  $0,256$  maka kejernihan suara valid

c. Kualitas sinyal berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitungnya  $0,610 \geq r$  tabel  $0,256$  maka kualitas sinyal valid

d. Kemudahan akses telepon dan SMS berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitungnya  $0,509 \geq r$  tabel  $0,256$  maka kemudahan akses telepon dan SMS valid

e. Kemudahan akses data berkorelasi signifikan terhadap skor total skor total dengan nilai  $r$  hitungnya  $0,554 \geq r$  tabel  $0,256$  maka kemudahan akses data valid

2. Harga dilihat dari 5 indikatornya adalah
  - a. Tarif SMS berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,680 \geq r$  tabel  $0,256$  maka tarif SMS valid
  - b. Tarif Internet berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,417 \geq r$  tabel  $0,256$  maka tarif internet valid
  - c. Harga SIM Card berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,449 \geq r$  tabel  $0,256$  maka Harga SIM Card valid
  - d. Tarif Telepon berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,459 \geq r$  tabel  $0,256$  maka tarif telepon valid
  - e. Pilihan paket pulsa bervariasi berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,486 \geq r$  tabel  $0,256$  maka pilihan paket pulsa bervariasi valid
3. Promosi dilihat dari 5 indikatornya adalah
  - a. Iklan berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,642 \geq r$  tabelnya  $0,256$  maka iklan valid

- b. Pemberian bonus gratis berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,497 \geq r$  tabel  $0,256$  maka pemberian bonus gratis valid
  - c. Undian Poin plus-plus berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,611 \geq r$  tabel  $0,256$  maka undian poin plus-plus valid
  - d. Daya tarik dan isi pesan berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,505 \geq r$  tabel  $0,256$  maka daya tarik dan isi pesan valid
  - e. Gaya bahasa SPG dan SPB berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,553 \geq r$  tabel  $0,256$  maka gaya bahasa SPG dan SPB valid
4. Distribusi dilihat dari 5 indikatornya adalah
- a. Lokasi galeri dan customer service 24 jam berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya  $0,628 \geq r$  tabel  $0,256$  maka lokasi galeri dan customer service 24 jam valid
  - b. Pengetahuan customer service yang luas berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitunganya

$0,399 \geq r$  tabel  $0,256$  maka pengetahuan customer service yang luas valid

c. Jaringan sinyal di kota-kota terpencil berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitungannya  $0,591 \geq r$  tabel  $0,256$  maka jaringan sinyal di kota-kota terpencil valid

d. Pulsa di setiap counter berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitungannya  $0,470 \geq r$  tabel  $0,256$  maka pulsa di setiap counter valid

e. Kemudahan akses menelepon customer service berkorelasi signifikan terhadap skor total dengan nilai  $r$  hitungannya  $0,523 \geq r$  tabel  $0,256$  maka kemudahan akses menelepon customer service valid

e. Berdasarkan hasil yang telah didapat, maka tujuan utama dari penelitian ini dapat dijawab, yaitu terdapat pengaruh yang cukup kuat atau signifikan antara *marketing mix* dengan loyalitas konsumen, karena hasil ( $r$ ) adalah sebesar  $0,653$  lebih besar dari  $0,5$

## 5.2. Saran-Saran

1. Produk IM3 hendaknya lebih ditingkatkan lagi kualitasnya dalam hal suara ataupun sinyalnya. Bisa disarankan kepada

Indosat selaku produsen IM3 untuk menambah menara-menara pemancar di seluruh wilayah Bekasi Utara.

2. Dalam menetapkan harga IM3 membutuhkan strategi yang cermat agar konsumen tidak beralih ke produk lain, seperti memberlakukan biaya sms yang sama per unit pada selain produk Indosat. Hal ini sangat penting karena di pasaran telah terjadi perang harga antara produsen.
3. Segi pelayanan pengaduan dan pelayanan pemeliharaan perlu adanya pembenahan karena peningkatan pelayanan pengaduan lebih memberikan kesan konsistensi *customer service* Indosat terhadap konsumen, misal dengan selalu mengaktifkan contact center IM3. Dengan adanya peningkatan pelayanan pengaduan dan pemeliharaan yang baik akan lebih meningkatkan keputusan pembelian.