

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan sebelum menarik simpulan, yaitu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui identitas dari perusahaan berdasarkan persepsi dari pelanggan PT. Telkomsel

Setelah melalui proses pengumpulan data dan analisis hasil studi dengan menggunakan analisis deskriptif dengan alat bantu *software* SPSS 15.0 for *Windows Evaluation Version* untuk masing-masing pengukuran, berikut ini adalah kesimpulan yang dapat ditarik :

- PT. Telkomsel telah memiliki identitas perusahaan yang kuat yang tertanam di benak para pelanggannya.

#### **5.2. Saran**

Saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada PT. Telkomsel sebagai salah satu *provider* layanan telekomunikasi terbesar di Indonesia adalah:

- Manajemen PT. Telkomsel harus lebih meningkatkan dan memperkuat identitas dirinya ke dalam benak para pelanggannya. Karena semakin lama persaingan di dalam industri telekomunikasi seluler semakin ketat. PT. Telkomsel tidak boleh sampai terlena dengan posisinya saat ini yang masih menjadi *market leader*.

Untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan para peneliti lain untuk:

- Untuk penelitian selanjutnya, perlu dipertimbangkan untuk melakukan penelitian tidak hanya di wilayah Jakarta saja tetapi juga bisa dilakukan pada pengguna produk Telkomsel diluar wilayah Jakarta, dengan demikian tingkat keberlakuan hasil penelitian bisa lebih besar.

- Menambah objek penelitian, dalam hal ini bukan hanya PT. Telkomsel saja tetapi juga dari perusahaan-perusahaan lain agar dapat diperbandingkan
- Lebih memperdalam teori-teori mengenai *corporate identity* dan persepsi pelanggan tidak hanya terbatas dari buku – buku atau jurnal yang ada untuk lebih mendukung hasil penelitian dan mempermudah dalam menganalisis hasil penelitian.

