

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis yang dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Kesimpulan tersebut antara lain;

1. Berdasarkan analisis deskriptif, diperoleh kesimpulan dari responden mengenai sikap responden terhadap variabel penelitian. Variabel penelitian tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen pada program *bundling*. Sikap responden terhadap variabel ekepektasi konsumen adalah positif (setuju). Sikap responden terhadap *perceive quality*, *customer complaint*, *perceive value*, dan *customer satisfaction* adalah netral. Sikap responden terhadap *customer loyalty* adalah negatif.
2. Berdasarkan analisis GLM (*Generalized Linier Model*) dan analisis regresi linier, dapat diketahui bahwa hampir semua pasangan variabel penelitian memiliki hubungan yang signifikan. Kelima hubungan yang signifikan tersebut antara lain:
 - Hubungan *perceive quality* dengan *customer expectation*
 - Hubungan *perceive quality* dengan *perceive value*
 - Hubungan *perceive quality* dengan *perceive value*
 - Hubungan *customer satisfaction* dengan *customer loyalty*
 - Hubungan *satisfaction* dengan *customer complaint*
 - Hubungan *perceive value* dan *customer satisfaction*
 - Hubungan *customer loyalty* dan *customer complaint*

Walaupun terdapat hubungan antara beberapa variabel diatas, hubungan antar variabel bersifat lemah. Hubungan variabel yang kuat terdapat pada hubungan *perceive quality* dengan *perceive value*, hubungan *perceive quality* dengan *perceive value*, dan hubungan *perceive value* dan *customer satisfaction*.

Namun, terdapat dua hubungan yang tidak signifikan. Tidak signifikannya hubungan tersebut menandakan tidak adanya hubungan antar variabel tersebut.

Berikut ini adalah variabel yang tidak berhubungan:

- Hubungan *perceive value* dengan *customer expectation*
- Hubungan *customer satisfaction* dengan *customer expectation*

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, yaitu:

- Jumlah sampel yang diambil tidak terlalu besar sehingga kurang representatif dan karenanya hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasikan ke populasi yang lebih besar. Hal ini disebabkan kendala tenaga, waktu, dan biaya.
- Penelitian dilakukan dengan pembagian tempat penelitian yang belum sepenuhnya terstruktur dengan baik.
- Penelitian ini menggunakan metode sampel non-probabilitas, sehingga agak sulit untuk diinterpretasikan sebagai hasil penelitian yang menyeluruh.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Manajerial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang sudah memiliki HP CDMA Huawei C2801 belum memiliki loyalitas yang tinggi. Walaupun penjualan HP Huawei C2801 cukup tinggi, namaun dalam jangka panjang tigkat penjualannya sulit

dipertahankan. Karena tingkat loyalitas juga merupakan tingkat *retention* konsumen untuk tidak berpindah ke merek lainnya.

Program *product bundling* sangat baik dilakukan untuk produk yang baru dikenal di masyarakat dengan produk yang sudah lama dikenal masyarakat. Tingkat penjualannya akan meningkat tinggi, walaupun dalam jangka panjang produsen harus meningkatkan tingkat loyalitas pelanggannya.

5.3.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian berikutnya dapat dilanjutkan dengan melibatkan kelompok responden yang lebih besar, misalnya dari segi usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan yang berbedabeda, untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang sikap responden terhadap program *product bundling* dan loyalitas pelanggan. Penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan:

- a. Membandingkan sikap responden terhadap *product bundling* antara dua produk yang sejenis, misalnya sama-sama produk baru di dunia telekomunikasi, agar mendapat gambaran yang lebih baik.
- b. Membandingkan sikap responden terhadap *product bundling* antara jenis prodvider telpon, misalnya antara telpon GSM dan CDMA untuk melihat apakah jenis provider telpon akan berpengaruh pada sikap konsumen.
- c. Melihat apakah sikap terhadap *product bundling* akan berbeda untuk kategori produk yang berbeda, misalnya antara produk *low-involvement* dengan produk *high-involvement*.