

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada pengguna kartu seluler 3 (Tri) paket data internet. Semakin tinggi kepuasan konsumen maka cenderung tinggi loyalitas merek, sebaliknya semakin rendah kepuasan konsumen maka cenderung rendah loyalitas merek.

Kepuasan konsumen pada pengguna kartu seluler 3 (Tri) paket data internet cenderung tinggi, sehingga loyalitas merek cenderung sedang. Tidak semua subjek memiliki loyalitas merek cenderung sedang, beberapa diantaranya termasuk dalam kategori rendah meskipun kepuasan konsumen tinggi. Kecenderungan tinggi yang dimiliki subjek sebagai hasil evaluasi setelah subjek menggunakan produk pada kartu seluler 3 (Tri) menyebabkan subjek ingin menggunakan produk kartu seluler 3 (Tri) paket data internet.

#### **B. Saran**

##### **1. Bagi Industri**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang diberikan oleh suatu industri jasa sangat berpengaruh terhadap loyalitas

merek, maka dari itu penyedia produk harus memperhatikan pembangunan kepuasan konsumennya agar konsumen loyal terhadap produk tersebut dan memperhatikan aspek-aspek kepuasan konsumen yang mungkin akan membuat konsumen menjadi puas. Dengan meningkatkan loyalitas merek akan membuat konsumen puas dan respon yang diberikan menjadi positif, hal ini akan berdampak pada meningkatnya loyalitas merek.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya jika tertarik meneliti loyalitas merek pada pengguna kartu seluler disarankan agar meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas merek dan saat penelitian mencantumkan nama kota karena kota akan mempengaruhi jawaban subjek

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, C. H. (2010). Hubungan antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen pada Ritel Modern. *Falkutas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Antara, A. &. (2005). Faktor-Faktor yang Menentukan Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek The Botol SOSRO di Kota Denpasar. *Program studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Udayana*.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition*. New York: Internasional Thomson Publishing.
- Assaidi, F. (2008). Hubungan antara Kepuasan konsumen dengan Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air (Jurnal). *Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia*.
- Ayu, R. P. (2011). Hubungan antara Keputusan Konsumen dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek pada Produk Pembersih Wajah Pond's. *Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma*.
- Azwar, S. (2010). *Dasar-dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barbera, P. L., & Mazursky, D. (1983). *A Longitudinal Assesment of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of Cognitive Process*. *Journal of Marketing Research*.
- Benseley, Robert J & Brookins-Fisher, & Jodi. (2003). *Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat. Buku kedokteran*. EGC.
- Choiru, R. (2016, Oktober 21). *Kenali Paket Pasca Bayar dari Operator*. Retrieved from seluler.id: <http://seluler.id/fokus/2016/02/43782/>
- Daud, D. (2013). Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. BESS FINANCE MANADO. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi*.
- Dewi, N. K. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion (Jurnal Managemen dan Kewirausahaan). *Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa*

- Dharmayanti, D. (2006). *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah.*(*Jurnal Manajemen Pemasaran*). Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Volume 1.
- Dinarty. (2009). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati. *Falkutas Psikologi Univeristas Sumatera Utara Medan*.
- Durianto, Sugiarto & Sitinjak, & Toni. (2001). *Strategi Penaklukan Pasar*. Jakarta: Gramedia.
- Edris, M. (2009). Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek di Kabupaten Kudus. *Analisis Manajemen Falkutas Ejonomi Univeritas Kudus*.
- Farrah, Z., & Fajrianthi. (2010). Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Merek. *Jurnal Psikologi*.
- Fortune. (2016, Oktober 21). *Pentingnya Peran marketing Agency Terhadap Pemasaran Produk*. Retrieved from fortuneindo.com: <http://fortuneindo.com/read/blog/pentingnya-peran-marketing-agency-terhadap-pemasaran-produk/>
- Harun, Haerul Isra. 2013. "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank. *Empathy Jurnal Fakultas Psikologi*, Vol.2, 1, h..n.p.
- Hadi, S. (2000). *Metodelogi Research*. Yogyakarta: Andi Offset Yogyakarta.
- Khairuddin, I. (2015, April 10). Retrieved Oktober 20, 2016, from Selular.ID: [googleweblight.com/?lite\\_url=http://selular.id/news/telco/2015/04/diam-tri-sudah-punya-50juta-pelanggan/&ei=d0EuyTUxlc=id-ID&s=1&m=477&host=www.google.co.id&ts=1494854002&sig=AJsQQ1BEejvy9MVT0BSgU1Ls6l\\_0QVw12Q](http://selular.id/news/telco/2015/04/diam-tri-sudah-punya-50juta-pelanggan/&ei=d0EuyTUxlc=id-ID&s=1&m=477&host=www.google.co.id&ts=1494854002&sig=AJsQQ1BEejvy9MVT0BSgU1Ls6l_0QVw12Q)
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. New Jersey: Millenium Edition.
- Kumoro, S. J. (2010). Analisis factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas merek terhadap produk Indosat IM3. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Kurniawan, S. D. (2012). Analisis Pengaruh Brand Loyalty, Brand Image, Iklan dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Konsumen XL, Prabayar Di Kota Surabaya. *Surabaya*.

- Laksono, G. (2012). Pengaruh Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Kartu Seluler Indosat IM3. *Falkutas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana*.
- Marconi, J. (1994). *Beyond Branding*. Malaysia: S. Abdul Majeed & Co.
- Mittal, B. (1998). Why do Customer Switch? The Dynamics of Satisfaction versus Loyalty. *The Journal of Service Marketing*. Volume 12 No.3, pp, 177-194.
- Mowen, C. J., & Michael. (2004). *Perilaku Konsumen Jilid II (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Oktaviani, E. (2011). Strategi Customer Relations Dalam Mengenai Keluhan pelanggan Di Balai Karantina Pertanian Semarang. *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional*.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Deddy, R. (2015, Oktober 21 ). *Anak Tiri Operator Seluler*. Retrieved from m.kompasiana: [http://m.kompasiana.com/rachmawan/anak-tiri-operator-seluler\\_55004f9ca33311a96f510c83](http://m.kompasiana.com/rachmawan/anak-tiri-operator-seluler_55004f9ca33311a96f510c83)
- Salim, O. (1999). Distribusi Normal. *Jurnal Kedokteran Trisakti*, Vol. 18, (2); 107-111.
- Sangadji, E. M. (2014). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Jogja: Andi Publisher.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja (Edisi Keenam)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sari, D. D. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen SIM CARD GSM Prabayar XL Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 63-72.
- Satyadharma, A. A. (2014). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek Dan Ekuitas Merek Mi Instan Indomie. *Jurnal Ilmiah*, Vol.3 No.1.
- Schiffman Leon G, & K. (2014). *Consumer Behavior (Eight editor)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sudhahar, C. d. (2006). PerService Loyalty Measurement Scale: A Reliability Assessment. *Journal of Applied Sciences*.
- Sulaiman. (2013, Oktober 21). *Menciptakan Nilai Pelanggan, Kepuasan dan Loyalitas* . Retrieved from [www.academia.edu](http://www.academia.edu):

[http://www.academia.edu/5004226/MENCIPTAKAN  
 PELANGGAN KEPUASAN  
 LOYALITAS\\_MAKALAH\\_INDIVIDU](http://www.academia.edu/5004226/MENCIPTAKAN_PELANGGAN_KEPUASAN_LOYALITAS_MAKALAH_INDIVIDU)
NILAI  
DAN

- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Chalia Indonesia
- Supranto, J, &. (2007). *Perilaku Konsumen dan Trategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakrata: Mitra Wacana Media.
- Suryabrata, S. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologi*. Yogyakarta: Andi.
- Suryani, T. (1998). Nilai Strategik Kesetiaan Pelanggan: Perkembangan Konsep dan Implikasi Manajemen. TH XXV.September.
- Tim, P. (2001). *Seven Power of Building Costomer Loyalty*. New York: American Managemen Association.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jsa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Udin, M. (2014, Oktober 21). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan*. Retrieved from zahiraccounting.com: <http://zahiraccounting.com/id/blog/5-strategi-pemasaran-untuk-meningkatkan-penjualan/>.
- Yanita. (2011). *Kepercayaan terhdapa Merek dan Mempertahankan Loyalitas* .
- Yefri, Y. (2010). *Pengaruh Brand Community Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha*. *Skripsi*.