

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Semakin tinggi (positif) persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas konsumen sebaliknya semakin rendah (negatif) persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin rendah loyalitas konsumen .

2. Sumbangan efektif variabel persepsi terhadap kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 16,2% ditunjukkan koefisien determinan (r^2) sebesar 0,162. Artinya terdapat 83,8% variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen di luar variabel persepsi terhadap kualitas pelayanan seperti fasilitas warnet, lokasi, harga, mutu produk.

3. Persepsi terhadap kualitas pelayanan pada subjek tergolong tinggi. Begitu pula loyalitas konsumen pada subjek penelitian juga tergolong tinggi.

B. Saran

1. Bagi *Provider Speedy*

Disarankan untuk mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah tergolong tinggi, dengan cara mengoptimalkan aspek-aspek perilaku pembeli secara berulang, ketertarikan terhadap produk, konsistensi, memberi referensi

pada pihak ketiga. Secara praktis dapat dilakukan dengan cara 1) membuat survey tentang tingkat kebutuhan dan kepuasan konsumen, sehingga dapat mengetahui apakah produk yang dibuat sudah memenuhi harapan konsumen atau belum; 2) membuat target penjualan secara maksimal dengan memberi potongan harga atau pelayanan yang lebih memuaskan; 3) mengoptimalkan kualitas produk dan pemasaran agar *speedy* tetap dikenal dan menjadi produk pilihan utama oleh masyarakat .

2. Bagi operator dan pengelola warnet

Disarankan untuk mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah tergolong tinggi dengan cara menambah akses kecepatan baik untuk download maupun upload, menjaga agar warnet tetap bersih, nyaman dan aman dengan pelayanan yang ramah, sopan dan menyenangkan konsumen, memberikan diskon atau potongan harga bagi pelanggan tetap dan selalu siap memberikan bantuan atau bimbingan bagi pelanggan yang kesulitan ketika menggunakan internet.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, untuk meningkatkan kualitas penelitian yang berkaitan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen, peneliti lain dapat melakukan studi komparasi, misalnya membandingkan kualitas pelayanan antara provider *speedy* dengan provider lain, serta menambah variabel lain selain kualitas pelayanan. Mengingat masih terdapat 83,8% variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen di luar variabel persepsi terhadap kualitas pelayanan seperti fasilitas warnet, lokasi, harga, mutu produk.