

## BAB V

### SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Justice*, *esteem* dan *finishing touch* secara serempak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Kota Yogyakarta. Hipotesis 1 terbukti/diterima.
2. Hasil pengujian regresi secara parsial menunjukkan:
  - a. *Justice* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Propinsi DIY. Hipotesis 2 terbukti/diterima.
  - b. *Esteem* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Propinsi DIY. Hipotesis 3 terbukti/diterima.
  - c. *Finishing touch* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Propinsi DIY. Hipotesis 4 terbukti/diterima.
3. *Esteem* paling signifikan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Propinsi DIY. Hipotesis 5 diterima/terbukti

## **B. Saran**

1. Telkomsel hendaknya mempertimbangkan faktor-faktor *justice*, *esteem* dan *finishing touch* dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk memperlihatkan dimensi wilayah dan produk secara lebih detail.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah pengambilan sampel dan memperbesar jumlah sampel yang diteliti untuk lebih bisa menjelaskan sejauh mana pengaruh variabel tersebut terhadap objek yang diteliti.
4. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel-variabel lain di luar *customer delight* yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti: lama durasi hubungan dengan perusahaan, biaya peralihan dan ketidakpastian informasi.

## **C. Keterbatasan**

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 responden pelanggan Telkomsel di Propinsi DIY sehingga tingkat generalisasinya masih rendah. Penelitian selanjutnya diharapkan memperbanyak jumlah sampel dengan memperluas cakupan wilayah penelitian.
2. Variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang diteliti hanya faktor-faktor *customer delight* sehingga kurang akurat dalam menjelaskan hubungan antara *customer delight* dengan loyalitas pelanggan.