

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Retention* produk kartu prabayar Telkomsel pada pengunjung Grapari Graha Merah Putih Medan, berdasarkan hal tersebut maka hipotesis pertama yang dirumuskan oleh penulis dapat diterima.
2. *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap *Customer Retention* produk kartu prabayar Telkomsel pada pengunjung Grapari Graha Merah Putih Medan, berdasarkan hal tersebut hipotesis kedua yang dirumuskan oleh penulis dapat diterima.
3. *Customer Satisfaction* dan *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap *Customer Retention* produk kartu prabayar Telkomsel pada pengunjung Grapari Graha Merah Putih Medan, berdasarkan hal tersebut hipotesis ketiga yang dirumuskan oleh penulis dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran diantara lain:

1. Variabel *Customer Satisfaction* pada produk kartu prabayar Telkomsel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*, akan tetapi ada beberapa pernyataan yang rendah pada indikator Minat Untuk Pembelian Kembali. Dimana beberapa responden tidak setuju untuk terus membeli produk yang ditawarkan oleh kartu prabayar Telkomsel. Beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan seperti meningkatkan fitur game, aplikasi audio dan video menjadi lebih baik dan menarik dan menawarkan harga lebih murah kepada pelanggan khususnya yang pelanggan lama dan loyal untuk meningkatkan niat konsumen untuk terus membeli produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Berdasarkan hasil dari variabel *Brand Trust*, pada produk kartu prabayar Telkomsel terdapat beberapa pernyataan tidak setuju pada indikator dapat diandalkan dan indikator keamanan. Dimana banyak konsumen yang merasa bahwa kualitas jaringan Telkomsel sering melemah di beberapa tempat. Konsumen juga mengeluhkan mengenai saldo pulsa yang sering hilang secara tiba-tiba. Jadi Telkomsel perlu untuk memperkuat jaringan dan memperluas jangkauan khususnya di daerah yang masih tertinggal sehingga meningkatkan kehandalan dari produk kartu prabayar Telkomsel. Perusahaan juga perlu meningkatkan keamanan atau memberikan informasi yang jelas mengenai kehilangan pulsa yang sering dialami oleh

konsumen agar konsumen memahami mengapa pulsa mereka hilang dan akan merasa aman untuk menggunakan kartu prabayar Telkomsel. Dengan begitu akan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen akan merek Telkomsel.

3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas variabel yang diteliti diluar dari variabel dalam penelitian ini sehingga akan diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi *Customer Retention*. Maka peneliti memberi saran untuk penelitian lebih lanjut dan lebih luas dengan memperbanyak atau menukar variabel bebas terhadap *Customer Retention* seperti *Service Quality*, *Customer Experience* dan *Customer Perceived Value*.

