

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai bahwa hasil uji Regresi Sederhana adalah $\hat{Y}=7,205+1,164 X$ dari persamaan ini diketahui koefisien X (kepercayaan merek) sebesar 1,164 satuan positif sehingga dapat dikatakan bahwa terjadi pengaruh positif antara kepercayaan merek dengan loyalitas konsumen. Hasil pengujian parsial (Uji-t) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk *Brand Trust* 8,165, sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $n-k-1=69-1-1=67$ sebesar 1,667. Jika kedua nilai t ini dibandingkan maka nilai t_{hitung} masi lebih besar dibandingkan nila t_{tabel} ($8,165>1,661$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya signifikan.

Menurut Gabino & Jhonson (1999) adanya kepercayaan atau *trust* merupakan penggerak munculnya loyalitas karena dapat menciptakan pertukaran hubungan yang sangat bernilai. Dalam konteks ini, loyalitas merek tidak fokus hanya pada sikap terhadap suatu merek, tapi juga berhubungan dengan perilaku pembelian ulang. Ini dibuktikan dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan besarnya koefisien determinasi atau angka *R Square* adalah sebesar 0,499. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 49,9% variabel Loyalitas Pelanggan dapat

dipengaruhi *Brand Trust*. Sedangkan sisanya sebesar 50,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil saran bahwasannya sebaiknya penelitian ini menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak yang menggunakan kartu telkomsel sebagai kebutuhan. Dan bagi peneliti sendiri diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang bervariasi dan memungkinkan untuk menambah variabel yang lebih berpengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., Fauzi, A., & Nuralam, I. P. (2018). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 64. No. 1.
- Bakar, A. (2010). *Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, Dan Trust In Brand Terhadap Customer Retention (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar simPATI Wilayah Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gunawan, J. T. (2015). *Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Kartu Prabayar Telkomsel Simpati Dengan Mediasi Switching Cost*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya. Vol 4, No.1.
- Hasugian, J. T. M. (2015). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel di Grapari Samarinda)*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis. 3 (4): 923-937.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. PT, Indeks.
- Kusumaningtyas, A. (2018). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sim Card Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UMS)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta.
- Laely, N. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen. Vol. 3. No. 2. hal. 61-74.
- Nofriyanti, A. R. (2017). *Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel*. Jurnal Ekonomi Bisnis (EKOBIS). Vol. 22. No. 2.
- Pongoh, M. E. (2013). *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado*. Jurnal Emba. Vol. 1. No. 4.

- Pratama, Y., & Heriyanto, M. (2017). *Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pelanggan Pada KFC Sudirman Cabang Pekanbaru)*. JOM FISIP. Vol. 4. No. 2.
- Ricardo, J. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Kartu Telkomsel Terhadap Loyalitas Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Rizka, M. (2013). *Customer Loyalty the Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Relationship Marketing TelKom Speedy in Jember Area*. Review of Integrative Business & Economics Research. Vol 2(1).
- Setyaleksana, B. Y., Suharyono. & Yuliyanto, E. (2017). *Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 46. No. 1.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta