V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil analisis yang diolah, dengan membagikan angket kepada 30 orang responden yaitu pengunjung even DBL 2014 Lampung Series yang menggunakan kartu Simpati LOOP maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis karakteristik responden, dari 30 responden menyatakan pengguna kartu Simpati LOOP lebih banyak wanita sebanyak 60% dengan rata-rata pemakai berusia antara 15 – 20 tahun sebanyak 60% dan berstatus pelajar yaitu sebanyak 80%.
2. Sebanyak 13% dari 30 responden pengguna kartu Simpati LOOP bersifat *switcher* atau berpindah ke merek kartu seluler lain karena faktor tariff telepon atau sms.
3. Sebanyak 16% responden menyatakan bahwa pengguna kartu Simpati LOOP dipengaruhi karena faktor kebiasaan. Pada umumnya mereka telah menemukan kepuasaan tersendiri dan malas untuk bergonta-ganti kartu.
4. Sebanyak 24% responden menyatakan puas menggunakan kartu Simpati LOOP. Selain dari faktor tarif telepon atau sms yang murah, sinyal Simpati LOOP juga jarang mengalami gangguan sampai dengan kepelosok desa.

5. Sebanyak 26% pemakai menyatakan lebih menyukai kartu Simpati LOOP dari pada kartu merek lainnya. Dan mereka setuju bahwa kartu Simpati LOOP lebih unggul dibandingkan merek kartu selular lain.
6. Pada tingkatan *committed buyer* sebanyak 21% responden menyatakan setuju untuk merekomendasikan produk Simpati LOOP pada teman-teman yang lain karena kenyamanan yang diberikan produk merek ini.

5.2 Saran

Untuk tingkatan loyalitas pelanggan terhadap kartu Simpati LOOP sudah cukup bagus. Dalam kaitannya menjaga loyalitas, Telkomsel sampai dengan saat ini telah menciptakan berbagai komunitas untuk setiap pengguna produknya antara lain simPATIZone, SmauLOOP, dan Gen'Asik.

Dalam kaitannya untuk meningkatkan loyalitas konsumen kartu Simpati LOOP. Maka saran dari penulis adalah :

1. Dengan hasil analisis yang menyatakan bahwa konsumen loyal terhadap Simpati LOOP, maka diharapkan Telkomsel tetap mempertahankan loyalitas pelanggannya, dengan memberikan berbagai fasilitas yang dapat mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru.
2. Setelah banyaknya program diadakan Telkomsel baik dalam hasil pengumpulan poin untuk penukaran hadiah atau reward, adanya komunitas (simPATIZone, SmauLOOP, dan Gen'Asik) sebagai wadah komunitas pengguna kartu HALO, Simpati maupun AS. Maka untuk meningkatkan pemakai yang *committed buyer* alangkah baiknya Telkomsel mengadakan

suatu program acara, dimana pelanggan yang merekomendasikan sebanyak mungkin pelanggan baru untuk menggunakan kartu Simpati LOOP ataupun produk Telkomsel lainnya, maka akan mendapatkan hadiah dari Telkomsel.

3. Hasil penelitian masih ditemukan pengguna kartu Simpati LOOP yang bersifat *switcher*. Sebaiknya pihak Telkomsel juga harus memperhatikan pelanggan yang bersifat *switcher*, dalam artian Telkomsel lebih konsisten dalam hal pemberian tarif telepon maupun sms, karena dari penelitian menyatakan bahwa konsumen yang bersifat *switcher* karena pengaruh tarif telepon maupun sms. Saran untuk mengatasi konsumen yang *switcher*, mungkin dengan memberikan tarif telepon atau sms yang bersaing dari provider lain dan secara terus-menerus. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Telkomsel.