

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial, variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen pengguna paket data IM3 Ooredoo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung adalah citra merek, kualitas produk, harga, dan kepercayaan merek.
2. Secara simultan variabel daya tarik iklan, citra merek, kualitas produk, harga dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna paket data IM3 Ooredoo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dengan total pengaruh 68.6%.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi PT Indosat Tbk.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberikan kontribusi kepada PT Indosat Tbk., untuk menentukan kebijakan dalam hal pemasaran produk paket data IM3 Ooredoo. Diharapkan manajemen mampu menjaga dan meningkatkan daya tarik iklan, citra merek, kualitas produk, harga dan kepercayaan merek karena secara keseluruhan aspek ini mempengaruhi loyalitas konsumen.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran suatu produk. Peneliti menghimbau agar melakukan eksplorasi lagi mengenai variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi loyalitas konsumen dengan tetap memperhatikan variabel citra merek, kualitas produk, harga, dan kepercayaan merek sebagai variabel yang secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.