

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori yang dikemukakan oleh para ahli serta hasil penelitian, baik secara deskriptif maupun verifikatif dengan menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana mengenai pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen (Survei Pada Kepesertaan Karyawan Badan Usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung) didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian menyatakan bahwa *service excellence* pada kepesertaan karyawan badan usaha BPJS kesehatan kantor cabang utama Bandung termasuk kedalam kategori sesuai. Adapun, dalam variabel ini, dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi terdapat pada dimensi *going the extra mile* sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah terdapat pada dimensi *delivering the promise* dengan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *service excellence* pada kepesertaan karyawan badan usaha BPJS kesehatan kantor cabang utama Bandung hampir seluruhnya sudah sesuai.
- b. Hasil penelitian menyatakan bahwa kepuasan konsumen pada kepesertaan karyawan badan usaha BPJS kesehatan kantor cabang utama Bandung termasuk kedalam kategori sesuai. Adapun, dalam variabel ini, dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi terdapat pada dimensi *service quality* dengan sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah terdapat pada dimensi *product and service features*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada kepesertaan karyawan badan usaha BPJS kesehatan kantor cabang utama Bandung hampir seluruhnya sudah sesuai.
- c. *Service excellence* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jika dikategorikan, maka pengaruh variabel *service excellence* terhadap kepuasan konsumen termasuk kedalam kategori yang sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik *service excellence*, maka akan

semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada kepesertaan karyawan badan usaha BPJS kesehatan kantor cabang utama Bandung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, perolehan skor pada variabel *service excellence* dan kepuasan konsumen masih berada dibawah nilai skor ideal. Sehingga penulis merekomendasikan beberapa hal khususnya pada *service excellence* antara lain:

1. *Service excellence* BPJS Kesehatan dapat ditingkatkan melalui beberapa hal, diantaranya dengan:
 - a. Pertama, penilaian konsumen terhadap dimensi *delivering promise* pada pernyataan kesesuaian janji dengan kenyataan yang dirasakan konsumen mendapat nilai yang paling lemah. Dengan menepati janji dalam hal waktu penyelesaian percetakan pembuatan kartu, khususnya dalam jumlah besar sehingga konsumen tidak kecewa apabila BPJS Kesehatan melampaui kurun waktu yang telah dijanjikan sebelumnya serta memperhitungkan waktu pelayanan pembuatan kartu sehingga konsumen tidak terlalu lama menunggu. Gaspersz (2012:164-165) menjelaskan bahwa dalam suatu jasa harus memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, keteguhan dalam menangani masalah pelayanan terhadap pelanggan, menyerahkan pelayanan dengan benar, memberikan pelayanan pada saat yang tepat, menjaga agar pelanggan tetap mendapatkan informasi).
 - b. Kedua, penilaian konsumen terhadap dimensi *providing a personal touch* pada pernyataan rasa empati mendapat nilai yang paling lemah. Meningkatkan rasa empati kepada konsumen, BPJS Kesehatan merasakan apa yang dirasakan konsumen (peserta) dalam melayani pembuatan kartu. Pemberian perhatian kepada pelanggan, menunjukkan kepedulian, membuat kesan yang positif, serta memahami kebutuhan pelanggan menurut Gaspersz (2012:164-165).
 - c. Ketiga, penilaian konsumen terhadap dimensi *going the extra mile* pada pernyataan ketuntasan layanan mendapat nilai yang paling lemah.

Melayani konsumen secara tuntas, sehingga konsumen merasakan pelayanan terbaik melebihi harapan konsumen dan dapat menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, Gaspersz (2012:164-165).

- d. Keempat, penilaian konsumen terhadap dimensi *resolving problems well* pada pernyataan menyelesaikan masalah kesehatan anda mendapat nilai yang paling lemah. Dengan memperhatikan alur pelayanan sehingga memudahkan konsumen dalam pembuatan kartu BPJS Kesehatan misalnya membuka cabang sehingga pelayanan tidak terpusat di kantor cabang utama. Menyelesaikan masalah pelayanan terhadap pelanggan merupakan komponen penting menurut Gaspersz (2012:164-165).
2. Kepuasan konsumen BPJS Kesehatan dapat ditingkatkan melalui beberapa hal, diantaranya dengan:
 - a. Pertama, penilaian konsumen terhadap dimensi *product and service features* pada pernyataan keunikan kartu mendapat nilai yang paling lemah. Menambah keunggulan kartu BPJS Kesehatan misalnya menambah lini bisnis dan melakukan kerja sama dengan instansi tertentu sehingga menambah nilai keunikan kartu. Sehingga tidak mudah untuk ditiru oleh pesaing. Untuk tidak mudah ditiru maka diferensiasi harus tersusun atas sekumpulan sistem aktivitas (*activity system*) yang saling terkait dimana antar aktivitas-aktivitas tersebut saling menunjang secara konstruktif satu sama lain menurut Kartajaya (2004:148)
 - b. Kedua, penilaian konsumen terhadap dimensi *perceptions of product* pada pernyataan kartu BPJS Kesehatan kebutuhan konsumen mendapat nilai yang paling lemah. Dengan meningkatkan kesadaran konsumen badan usaha mengenai pentingnya memiliki jaminan kesehatan khususnya BPJS Kesehatan dengan mempergunakan berbagai media yang menarik. Pesan yang disampaikan seharusnya dapat meningkatkan perhatian (*attention*) kemudian dilanjutkan dengan ketertarikan (*interest*) setelah itu dilanjutkan dengan timbulnya keinginan (*desire*) untuk selanjutnya mengambil tindakan (*action*) menurut Kotler, Ang, Leong, Tan (2003:597)

- c. Ketiga, penilaian konsumen terhadap dimensi *service quality* pada pernyataan menangani keluhan mendapat nilai yang paling lemah. Dengan menepati jam operasional karena seringkali antrian telah dimulai sebelum jam operasional sehingga menimbulkan rasa kecewa konsumen. Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati), menyimpan data (*record*) secara tepat dan mengirimkan tagihan yang akurat menurut Tjiptono & Chandra (2005:132-133)
- d. Keempat, penilaian konsumen terhadap dimensi *price* pada pernyataan kesesuaian harga dengan kualitas yang dirasakan mendapat nilai yang paling lemah. Dengan memenuhi harapan konsumen dan memberikan sosialisasi secara langsung kepada badan usaha sebagai calon konsumen bahwa kartu BPJS Kesehatan mengenai manfaat yang dirasakan serta kualitas pelayanan yang sepadan dengan harga atau biaya yang telah konsumen keluarkan serta melebihi harapan karena secara langsung menciptakan kepuasan konsumen dan mengurangi gap. Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat menurut Tjiptono (2006:80).
- e. Kelima, penilaian konsumen terhadap dimensi *consumers mood* pada pernyataan mengajak orang lain untuk menjadi peserta kartu BPJS Kesehatan mendapat nilai yang paling lemah. Menciptakan perasaan menyenangkan kepada konsumen saat melakukan pelayanan. Perasaan menyenangkan yang dirasakan saat mencapai sesuatu hal atau saat sesuatu hal yang diharapkan akan terjadi, benar-benar terjadi Tjiptono dan Chandra (2011 : 292). Dengan menciptakan perasaan menyenangkan ini diharapkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengajak orang lain untuk menjadi peserta BPJS Kesehatan KCU Bandung.

- f. Keenam, penilaian konsumen terhadap dimensi *family member opinions* pada pernyataan pengaruh pendapat anggota keluarga menjadi anggota BPJS Kesehatan KCU Bandung mendapat nilai yang paling lemah. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Keputusan pembelian keluarga, tergantung pada produk, iklan dan situasi. Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat Kotler dan Keller (2012:184)
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa *service excellence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hal tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik *service excellence* maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Maka dari itu, penulis berharap pihak BPJS Kesehatan kantor cabang utama Bandung meningkatkan pelayanan khususnya dalam hal menepati janji pembuatan kartu kepada konsumen serta menambahkan keistimewaan kartu sehingga konsumen semakin tertarik menjadi peserta BPJS Kesehatan.