

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *service quality* pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam berada pada kategori sedang. Hal ini berdasarkan nilai skor kriteria yang berada pada kategori kriteria sedang. *Service quality* terdiri dari *network quality*, *customer service and technical support*, *information quality and website information support*, dan *security and privacy*. *Security and privacy* merupakan sub-variabel yang memberikan aspek terbesar dalam menentukan *service quality* dalam penelitian ini. Pelanggan sudah merasa aman dan terjaga dalam hal data-data pribadi selama menggunakan layanan internet IndiHome.
2. Gambaran *customer satisfaction* pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam berada pada kategori sedang. Hal ini berdasarkan nilai skor kriteria yang berada pada kategori kriteria sedang. *Customer satisfaction* terdiri dari pelanggan merasa puas, minat berlangganan kembali, dan pelanggan merekomendasikan. Minat berlangganan kembali merupakan sub-variabel yang memberikan aspek terbesar dalam menentukan *customer satisfaction* dalam penelitian ini. Pelanggan IndiHome minat berlangganan yang tinggi mungkin dikarenakan perusahaan yang menyediakan layanan internet dengan kabel fiber yang cakupannya luas hanya IndiHome yang ada di Indonesia.

3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa *service quality* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam. Koefisien korelasi yang diperoleh menunjukkan hubungan yang sedang antara *service quality* terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *customer satisfaction* dapat dinaikkan dengan meningkatkan *service quality*.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*, peneliti ingin mengajukan saran yang dapat dijadikan sebagai solusi dari permasalahan dan semoga dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil kebijakan manajemennya.

1. Menaikkan standar kinerjanya baik secara *online* maupun *offline (face-to-face)* yaitu dengan cara mengadakan pelatihan kepada para karyawan baik dalam bagian *customer service* maupun teknisi IndiHome karena berdasarkan tanggapan responden mengenai *service quality* diketahui bahwa *customer service and technical support* merupakan sub-variabel dengan nilai yang paling rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja *customer service* dan teknisi IndiHome yang masih memberikan kekecewaan bagi pelanggan, untuk itu IndiHome perlu menjaga kinerja *customer service and technical support*.
2. Menjaga kualitas kabel *fiber optic* yang digunakan IndiHome dengan perawatan yang lebih, memberikan pelatihan-pelatihan bagi para karyawan pada bagian *customer service* maupun teknisi IndiHome sehingga dapat meningkatkan standar kinerjanya, dan menghimbau para pelanggan terutama pelanggan baru untuk menggunakan aplikasi MyIndiHome sebagai syarat standar untuk menggunakan layanan IndiHome dengan menyediakan fitur-fitur yang dapat menjalin komunikasi yang baik antara perusahaan dan pelanggan seperti

notifikasi adanya gangguan jaringan, notifikasi adanya perbaikan dsb. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *customer satisfaction* diketahui bahwa pelanggan merasa puas merupakan sub-variabel dengan nilai yang paling rendah. Hal ini menandakan kepuasan pelanggan IndiHome yang masih terbilang kurang dikarenakan layanan yang diterima pelanggan tidak sebanding dengan layanan yang diharapkan oleh pelanggan. Untuk itu, layanan-layanan seperti kualitas jaringan, *customer service* dan komunikasi dengan pelanggan harus lebih ditingkatkan agar bisa sesuai atau melebihi harapan pelanggan dengan paket yang digunakan.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *service quality* dan *customer satisfaction* diketahui bahwa *security and privacy* dan minat berlangganan kembali memberikan nilai kontribusi tertinggi pada masing-masing variabel. Diharapkan untuk pihak IndiHome dapat menjaga dan apabila memungkinkan agar dapat lebih ditingkatkan sehingga dapat sesuai dengan tujuan IndiHome dalam menjalankan bisnisnya.
4. Dalam penelitian selanjutnya hendaknya dapat melakukan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi *customer satisfaction* yang tidak diteliti sehingga dapat mengembangkan penelitian ini seperti citra merek, persepsi harga, *relationship marketing* atau *customer relationship management*.