BAB V
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pengujian analisis regresi linier sederhana yang dilaksanakan mengenai pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan IM3 maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan respoden terhadap nilai pelanggan, sebagian besar responden menyatakan bahwa nilai pelanggan IM3 terhadap pengguna provider IM3 Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung adalah cukup baik. Diketahui bahwa indikator ketepatan fungsi produk im3 sesuai dengan harapan konsumen mendapat skor tertinggi. Hal Ini berarti bahwa nilai pelanggan IM3 telah berhasil memberikan *total customer benefits* terhadap pelanggan atas pelaksanaan nilai pelanggan IM3. Sedangkan perolehan hasil skor paling rendah terdapat pada indikator *total customer cost* yaitu besarnya pengorbanan waktu dalam menunggu penyelesaian masalah keluhan pelanggan,
2. Hasil tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan diketahui gambaran umum tingkat kepuasan pelanggan adalah cukup tinggi. Indikator kecepatan dalam menjawab dan merespon setiap keluhan yang pelanggan sampaikan skor

tertinggi, Hal ini disebabkan karena Indosat dinilai telah berhasil memberikan kepuasan terhadap pelanggan dalam cepatnya respon dari staf dalam menangani masalah dan keluhan yang dimiliki konsumen dalam memenuhi semua harapan penanganan keluhan yang maksimal di galeri Indosat. Sedangkan skor terkecil yaitu terdapat pada indikator kemudahan dalam menghubungi *customer service* terdapat dalam produk ini.

3. Variabel independen yang terdiri dari nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh KD (koefisien determinasi) adalah 49% yang berarti bahwa perubahan pada variabel Y sebesar 49% dipengaruhi oleh perubahan pada variabel X. Dengan kata lain kepuasan pelanggan 49% dipengaruhi oleh nilai pelanggan. Sedangkan (100% - 49% = 51%) sisanya sebesar 51% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

5.2 Rekomendasi

1. Nilai pelanggan
   a. PT. Indosat harus terus melakukan peningkatkan dalam hal ketepatan dalam memberikan pelayanan *customer service* produk kepada konsumen agar sesuai dengan harapan pelanggan.
   b. PT. Indosat harus terus melakukan perbaikan kualitas konten, fasilitas konten, dan penambahan konten yang mampu memberikan kepuasaan kepada para pelanggannya.

c. Pemberian manfaat yang positif dari suatu produk merupakan nilai lebih yang diberikan oleh IM3 bagi para pelanggan oleh IM3, tetapi harus sesuai harapan yang pelanggan inginkan. Baik dalam segi kualitas jaringan, konten-konten, dan pelayanan yang diterima pelanggan agar tercapai suatu kepuasaan yang maksimal serta banyaknya manfaat positif bisa diperoleh dari produk IM3.

d. IM3 harus terus memberikan nilai pelanggan yang positif, karena nilai pelanggan yang positif dapat memperbaiki kinerja dan memperbaiki pemahaman kepada seluruh staf akan arti penting pelanggan dan berusaha menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelangan saat ini.

e. Perbaikan kinerja bisa dilakukan dengan berbagai cara misalnya dengan memberikan pelatihan kepada staf dan petugas mengenai hubungan dengan pelanggan, sehingga memberikan manfaat nilai pelanggan yang positif, sesuai dengan harapan pelanggan terhadap nilai pelanggan apa yang mampu IM3 berikan kepada para pengguna providernya.

f. Harus memberikan secara maksimal, dalam hal pelayanan keluhan yang disampaikan para pelanggannya dengan sangat baik, mampu melakukan penyelesaian secara cepat, dan mampu memahami apa permasalahan serta seperti apa cara penyelesaian masalah pelanggan tersebut.

g. Perusahaan harus terus memberikan keterampilan bagi semua staf dan karyawan dalam menangani konsumen ketika menyampaikan keluhan, apabila keterampilan yang mereka miliki mampu membuat konsumen merasa terpuaskan, ini merupakan nilai pelanggan positif dan baik bagi *image* perusahaan.

2. Kepuasan pelanggan

a. Indosat terutama produk IM3 harus segera memperluas dan memperbaiki kualitas jaringan serta memperbanyak pembangunan tower-tower hingga daerah terpencil untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan dimanapun mereka menggunakan produk IM3.

b. PT. Indosat harus mampu memberikan pelayanan yang secara maksimal selama 24 jam tanpa henti bagi para pelanggan dan mempermudah pelanggan ketika melakukan akses kapanpun serta dimanapun pelanggan berada, ketika akan menggunakan fasilitas dari produk IM3.

c. Jika perusahaan ingin miningkatkan kepuasan pelanggan maka salah satu aspek yang harus dijalankan oleh perusahaan yaitu akses yang mudah kepada pelanggan, karena *customer service* merupakan salah satu alat interaksi perusahaan dengan pelanggan.

d. PT. Indosat harus mampu mengetahui apa yang konsumen butuhkan dari produknya, apabila perusahaan mampu mengetahui apa keinginan

serta apa yang dibutuhkan oleh pelanggan maka perusahaan akan dengan mudah memberikan kepuasaan yang maksimal terhadap pelanggannya, sehingga apapun produk atau konten yang dikeluarkan perusahaan akan mampu diterima dengan baik di masyarakat terutama oleh para pelanggannya. Kebutuhan pelanggan menjadi penting ketika perusahaan ingin meningkatkan kepuasan pelanggan nya karena kebutuhan merupakan awal konsumen membeli produk jasa.

e. Pemahaman masalah pelanggan menjadi hal yang penting ketika perusahaan ingin meningkatkan kepuasan pelanggan, PT. Indosat harus terus memberikan pelatihan kepada para petugas dan stafnya demi menjaga harapan pelanggan untuk tetap tinggi mengenai pemahaman untuk memahami masalah/keluhan yang pelanggan sampaikan apa sudah di pahami atau tidak dan harus diaplikasikan melalui kinerja petugas apabila keluhan/masalah sudah dipahami.

f. Perusahaan melalui para staf dan petugas harus mampu merespon permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan baik dan penyelesaian permasalahan harus sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan.

Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti, upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan nilai pelanggan terbukti mampu mempengaruhi pelanggan dengan memberikan kepuasan terhadap pelanggan pengguna provider IM3. Namun ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki yaitu *total*

customer benefit dan tidak adanya kemudahan ketika pelanggan menghubungi *customer service* terdapat dalam produk ini tersebut. Artinya bahwa persepsi pelanggan memiliki keraguan terhadap *total customer benefit* (manfaat total yang dirasakan pelanggan) yang diberikan Im3 kepada konsumen apa sudah sesuai harapan yang diinginkan oleh pelanggan atau tidak. Oleh karena itu, diperlukan suatu usaha perusahaan untuk lebih meyakinkan kembali pelanggan dengan melakukan perbaikan kinerja bisa dilakukan dengan memberikan nilai pelanggan yang positif, sehingga manfaat yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan terhadap kinerja produk IM3, dan meningkatkan harapan pelanggan terhadap hasil pelayanan di Galeri Indosat dengan memberikan *total customer benefit* yang positif dan *total customer cost* yang sesuai dengan apa yang konsumen korbankan, mampu diberikan pada penerapan nilai pelanggan positif, sehingga pelanggan menaruh harapan akan hasil yang maksimal dan akhirnya tercipta kepuasan pelanggan.