

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi pelanggan internet Speedy terhadap kualitas pelayanan Plasa Telkom Bandung secara umum berada pada kategori cukup baik. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan Plasa Telkom Bandung telah dirasa cukup baik dalam memenuhi nilai dan harapan pelanggan internet Speedy. Dalam arti lain, cukup baik ini mengindikasikan bahwa belum terpenuhinya kepuasan pelanggan secara total terhadap kualitas pelayanan Plasa Telkom dan terdapat kemungkinan turunnya persepsi pelanggan karena kurang terpenuhinya harapan pelanggan secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan serta adanya pengaruh dari pelanggan yang memiliki persepsi yang tidak baik. Salah satu penyebab turunnya persepsi pelanggan adalah dimensi keandalan (*reability*) yaitu karyawan Plasa Telkom kurang dapat menepati janji untuk melakukan pelayanan pada waktu yang disepakati.
2. Loyalitas pelanggan internet Speedy Bandung secara umum berada pada kategori sedang. Dalam arti lain, sedang ini berarti pelanggan internet Speedy melakukan pemakaian internet Speedy dari waktu ke waktu disertai dengan komitmen untuk tetap menggunakan internet Speedy di

masa yang akan datang, meskipun pelanggan-pelanggan tersebut dapat menjadi tidak loyal jika dihadapkan pada alternatif-alternatif lain yang menjanjikan dan kurang baiknya pelayanan yang dirasakan. Selain itu ditemukan bahwa cukup banyak pelanggan internet Speedy yang belum atau tidak tertarik menggunakan produk/jasa Plasa Telkom selain internet Speedy.

3. Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan didapatkan hasil bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan Plasa Telkom dengan loyalitas pelanggan internet Speedy. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi pelanggan internet Speedy terhadap kualitas pelayanan Plasa Telkom, maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan internet Speedy. Sebaliknya semakin tidak baik persepsi pelanggan internet Speedy terhadap Plasa Telkom, maka akan semakin rendah pula loyalitas pelanggan internet Speedy.

5.2 Saran

1. Bagi Pihak Plasa Telkom

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, diharapkan pihak Plasa Telkom dapat:

- a. Lebih meningkatkan kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat tanggap tanpa banyak memberikan

janji yang berlebihan karena semakin banyak janji yang diberikan semakin besar pula ekspektasi pelanggan atau jika masih terdapat kejadian serupa yang masih berkelanjutan, dapat dilakukan dengan cara memberikan kompensasi atau ganti rugi berupa pengurangan biaya teknis atas keterlambatan penanganan keluhan pelanggan mengingat kurang mampunya karyawan Plasa Telkom dalam menepati janji untuk melakukan pelayanan pada waktu yang disepakati yang termasuk kepada dimensi keandalan (*reliability*).

- b. Memberikan *reward* atau bonus kepada pelanggan yang mampu mengajak orang lain untuk menggunakan internet Speedy dengan jumlah yang telah ditentukan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengurangi jumlah tagihan pembayaran pelanggan perbulan dalam jangka waktu tertentu guna meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan internet Speedy dalam mengurangi pengaruh produk pesaing sejenis.
- c. Lebih meningkatkan kegiatan promosi dan promo produk/jasa selain internet Speedy kepada pelanggan dengan cara menyediakan tempat-tempat brosur yang lebih mudah untuk dijangkau oleh pelanggan, melakukan promosi ke kampus-kampus atau tempat-tempat umum lainnya mengingat masih terdapat cukup banyak pelanggan internet Speedy yang kurang memiliki ketertarikan untuk menggunakan produk/jasa selain internet Speedy.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian yang serupa dengan lebih baik melalui cara sebagai berikut:

- a. Memperbaiki atau menyempurnakan indikator-indikator yang digunakan.
- b. Menggunakan karakteristik sampel penelitian yang lebih spesifik seperti pelanggan yang telah menggunakan internet Speedy lebih dari satu tahun dan pernah menyatakan keluhan kepada Plasa Telkom.
- c. Menggunakan berbagai macam metode pengumpulan data seperti wawancara terstruktur terhadap pelanggan dan karyawan terkait agar menggali informasi lebih dalam mengingat penelitian ini kurang menjangkau penyebab pelanggan memiliki persepsi yang kurang baik kualitas pelayanan Plasa Telkom.
- d. Diharapkan pada peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian sejenis di mana penelitian tersebut memiliki variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti reputasi merek, reputasi perusahaan, promosi, persepsi harga, kualitas produk, dll.