

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian teori, hasil pengolahan dan analisa data yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan XL pascabayar di kabupaten Purwakarta dirasakan cukup. Hal ini terlihat dari perbandingan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium variabel kualitas jasa dimana diperoleh hasil kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan berada pada daerah kontinum sedang, yang meliputi sub variabel kejernihan panggilan, struktur harga *value-added service*, kenyamanan prosedur, dan dukungan kepada pelanggan. Penilaian responden yang paling tinggi pada sub variabel dukungan kepada pelanggan, dan penilaian terendah pada sub variabel struktur harga.
2. *Switching barrier* yang dirasakan pelanggan XL pascabayar di kabupaten Purwakarta dinilai sedang. Hal ini terlihat dari perbandingan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium dimana diperoleh hasil *switching barrier* yang dirasakan oleh pelanggan berada pada daerah kontinum sedang, variabel *switching barrier*, yang meliputi sub variabel biaya peralihan, daya tarik alternatif, dan hubungan antar personal. Penilaian responden yang paling tinggi pada sub variabel hubungan antar personal, dan penilaian terendah pada sub variabel daya tarik alternatif.

Hesti Sugesti, 2012

Pengaruh Kualitas Jasa Dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3. Loyalitas pelanggan XL pascabayar di kabupaten Purwakarta secara umum dinilai sedang. Hal ini terlihat dari perbandingan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium variabel loyalitas pelanggan, dimana diperoleh hasil berada dalam wilayah kontinum sedang, yang meliputi sub variabel melakukan pembelian ulang, membeli diluar lini produk/jasa, merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain, dan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing. Penilaian responden yang paling dominan pada sub variabel melakukan pembelian ulang, pembelian ulang dan penilaian terendah pada sub variabel membeli diluar lini produk
4. Pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan XL pascabayar di kabupaten rendah sekali dan berpengaruh secara signifikansinya, sehingga hipotesis kualitas jasa berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan XL pascabayar terbukti
5. Pengaruh *switching barrier* terhadap loyalitas pelanggan XLpascabayar di kabupaten Purwakarta berpengaruh rendah dan secara signifikan, sehingga *switching barrier* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan XLpascabayar di kabupaten Purwakarta terbukti.
6. Secara simultan pengaruh kualitas jasa dan *switching barrier* berpengaruh cukup tinggi dan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan XLpascabayar di kabupaten Purwakarta, sehingga hipotesis kualitas jasa dan *switching barrier* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan XL pascabayar di kabupaten Purwakarta terbukti.

Hesti Sugesti, 2012

Pengaruh Kualitas Jasa Dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas merujuk kepada perbandingan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium terendah, sebagai saran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kualitas jasa dan *switching barrier*, maka operator seluler yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Kualitas Jasa, pada subvariabel struktur harga memiliki skor paling rendah oleh karena itu perlu mendapat perhatian operator seluler, dengan cara memperbaiki struktur harga, dapat dilakukan melalui memberikan harga paket yang lebih variatif, pada operator seluler XL untuk jenis pascabayar paket yang diberikan ialah paket 50 ribu, paket 150 ribu dan 300 ribu, tiga jenis paket ini masih dirasakan belum memenuhi keinginan pelanggan, baiknya operator XL pascabayar memberikan paket dengan membagi paket menjadi beberapa kelas, misalnya untuk paket terendah, sedang dan tinggi dengan nominal yang terlihat perbedaannya, misalnya dimulai dari paket 100 ribu, 300 ribu dan 500 ribu, karena jika paket yang termurah seharga 50 ribu dirasakan untuk jenis pelanggan pascabayar pasti akan merasa kurang, dan untuk paket 300 menjadi paket tertinggi masih terlalu kecil, hal ini ditunjang dengan temuan peneliti pembayaran yang disetorkan pada XLI center dan tempat pembayaran lainnya mayoritas di atas Rp. 500.000, kemudian untuk tarif sms yang lebih tinggi dibandingkan dengan tarif telepon, sebaiknya XL menyamakan antara tarif telepon dengan tarif sms.
2. *Switching barrier*, pada sub variabel daya tarik alternatif, memiliki skor terendah, oleh karena itu hal ini perlu mendapat perhatian dari operator XL

Hesti Sugesti, 2012

Pengaruh Kualitas Jasa Dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

seluler, seperti yang telah dikemukakan dalam penelitian daya tarik alternatif mengacu pada reputasi, citra dan kualitas jasa yang diharapkan lebih unggul atau lebih cocok dibandingkan penyedia jasa lain. Oleh karena itu operator seluler XL harus meningkatkan reputasi, citra dan kualitas jasa operator seluler, cara untuk meningkatkan kualitas jasa telah dikemukakan sebelumnya salah satunya dengan memperbaiki struktur harga, untuk peningkatan reputasi dan citra XL dapat dilakukan dengan lebih mengkomunikasikan perusahaan kepada masyarakat, khususnya pelanggan XL hal ini dapat dilakukan dengan XL operator seluler mengadakan *event* untuk lebih mendekatkan XL dengan masyarakat luas khususnya pelanggan, selain itu dapat dengan mengadakan kegiatan-kegiatan sosial dimasyarakat, yang diharapkan dapat berpengaruh pada reputasi dan citra operator seluler XL sebagai salah satu operator seluler besar yang ada di Indonesia Rekomendasi berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Sub variabel membeli diluar lini produk dan jasa memiliki skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium terendah jika dibandingkan dengan sub variabel lain. Rendahnya skor skor hasil kuesioner kriterium pada sub variabel ini, perlu mendapat perhatian dari operator seluler XL dengan melalui promosi untuk lini produk lain bukan hanya sebagai satu penyedia layanan telekomunikasi besar dan terkemuka di Indonesia. XL yang menawarkan berbagai produk dan layanan telekomunikasi seperti Percakapan, SMS, tetapi meberikan layanan berbasis data dan layanan tambahan lainnya.

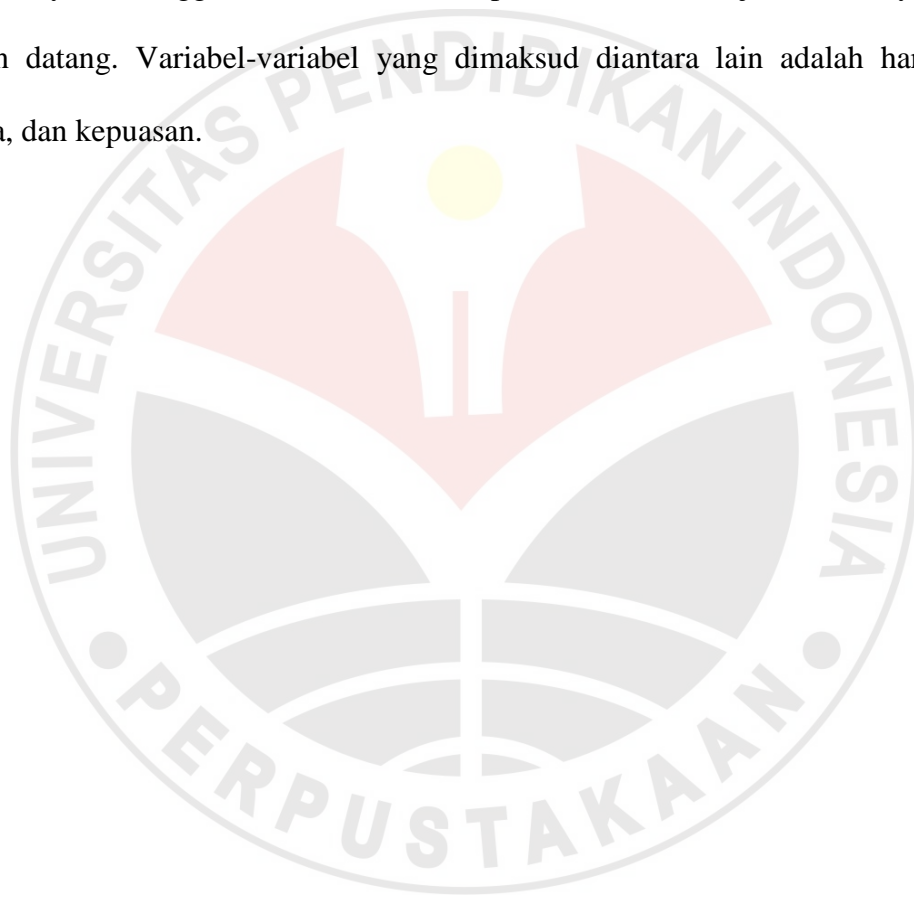
3. Rekomendasi berkaitan dengan sangat rendahnya pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan XL pascabayar, agar operator seluler XL

Hesti Sugesti, 2012

Pengaruh Kualitas Jasa Dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

pascabayar meningkatkan kualitas jasa lebih baik lagi melalui meningkatkan *value-added service* bagi pelanggan, menambah kenyamanan dalam prosedur dan meningkatkan dukungan kepada pelanggan.

4. Penulis dalam penelitian ini belum secara mendalam menganalisa variabel maupun indikator-indikator lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan xl pascabayar, sehingga masih memerlukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang. Variabel-variabel yang dimaksud diantara lain adalah harga, citra, dan kepuasan.



Hesti Sugesti, 2012

Pengaruh Kualitas Jasa Dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu