

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan akses internet Speedy pada pelanggan Plasa VI Direct Channel Costumer Care Kandatel Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang terdiri dari *performance, feature, conformance to spesification, reliability, durability, serviceabilty, aesthetics, dan perceived quality* yang terdapat pada akses internet Speedy, dinilai sudah cukup baik oleh pelanggan. Berdasarkan jumlah skor dari hasil pengumpulan data kualitas produk dapat diketahui bahwa kualitas produk Speedy menurut persepsi pelanggan adalah sebesar 78.94 % dari kriteria yang ditetapkan.
2. Tingkat loyalitas pelanggan akses internet Speedy yang terdapat pada responden yang diteliti secara keseluruhan dapat dikatakan sudah cukup baik. Tingkat loyalitas tinggi terlihat pada dua hal, yaitu frekuensi merekomendasikan produk akses internet Speedy kepada pihak lain dan frekuensi penolakan terhadap produk lain. Berdasarkan jumlah skor dari hasil pengumpulan data loyalitas pelanggan maka dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan Speedy menurut persepsi pelanggan sebesar 65.75% dari kriteria yang ditetapkan.

3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang kuat sesuai dengan klasifikasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2006:96). Sementara besarnya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan 0,608 adalah sebesar 60,8%, artinya pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan efektif. Sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti *satisfaction, trust, choice reduction/habbit, history with the company*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Speedy Plasa VI Direct Channel Customer Care Kandatel Bandung, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT. Telkom sebagai perusahaan akses internet Speedy dalam menentukan strategi usahanya di masa yang akan datang.

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kualitas produk akses internet Speedy, ada beberapa hal yang dirasakan kurang baik terkait dimensi Kesesuaian dengan spesifikasi produk (*conformance to spesification*), seperti kecepatan yang didapatkan dalam mengakses sering mengalami penurunan tingkat kecepatan akses internet, selain itu responden masih beranggapan bahwa tingkat karakteristik operasi modem yang lebih baik terutama dalam hal *software/ dialer*, software modem *bundling* Speedy lebih sulit dimengerti ketika seseorang melakukan *reinstall* (instal ulang), karena *software dialer*

Speedy tidak mendukung instal otomatis. Hal diatas dapat diatasi oleh PT Telkom dimana perusahaan dapat melakukan inovasi lebih baik sehingga akses internet Speedy dapat lebih nyaman ketika digunakan.

2. Tanggung jawab sosial dan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, atau bisa dalam bentuk kegiatan-kegiatan sosial mendapat nilai yang kurang baik dimana ada ketidakpercayaan dari responden terhadap keseriusan perusahaan Plasa Kopo PT.Telkom dalam melakukan tanggungjawab sosial kepada masyarakat. Hal ini dapat diatasi Plasa Kopo dengan memberikan kontribusi positif terhadap kegiatan sosial seperti peningkatan tingkat kebersihan dan kesehatan masyarakat sekitar..
3. Peningkatan tingkat keandalan produk Speedy dapat mengatasi kemungkinan akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai seperti koneksi terputus, akses internet yang *nge-hang* ataupun keluhan dari modem *bundling* Speedy mengalami kerusakan atau adanya kabel lan yang terputus bisa diminimalisir.
4. Ketertarikan responden terhadap desain *startup menu dialer* Speedy harus diperhatikan. Hal ini dikarenakan desain *startup menu dialer* Speedy terlihat begitu simpel karena desain yang dipakai merupakan desain koneksi internet dari menu *Network and Internet* dari sistem operasi yang digunakan komputer pengguna. Hal diatas dapat diatasi oleh PT Telkom dimana perusahaan dapat melakukan inovasi lebih baik sehingga akses internet Speedy dapat lebih nyaman ketika digunakan.

Dengan mengoptimalkan hal-hal tersebut serta dimensi-dimensi yang lainnya, kualitas produk dapat meningkat secara signifikan.