

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian pengumpulan data, penyebaran kuesioner, pengolahan data, dan pengujian hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan, atribut kualitas pelayanan *provider* XL berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh atribut kualitas pelayanan dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0.486 atau 48.6%. Sedangkan sisanya 51.4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Dari lima nilai sig pada tabel koefisien, terdapat tiga (3) komponen yang berada > 0.05 , yaitu komponen *tangibles*, *reliability* dan *responsiveness*, sehingga dapat disimpulkan bahwa dari lima (5) komponen kualitas pelayanan, hanya *assurance* dan *emphaty* yang secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dan nilai korelasinya atau nilai R sebesar 71.3%.
2. Dilihat dari nilai koefisien regresi lima variabel kualitas pelayanan, semuanya bernilai positif, yaitu *tangibles* (0.235), *reliability* (0.069), *responsiveness* (0.156), *assurance* (0.533), dan *emphaty* (0.797). Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ke lima variabel berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian ini.

3. Pada tabel Anova, terdapat nilai sig sebesar 0.000, dimana $0.000 \leq 0.05$ sehingga hipotesis 1 atau H_1 diterima dan berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Berdasarkan hasil perhitungan spss, maka diperoleh nilai korelasi sebesar 0.713. Maka dapat disimpulkan bahwa *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki korelasi positif yang kuat dengan loyalitas pelanggan, karena berada diantara 0.600-0.800.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh di atas, untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan *provider* XL, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kinerja pelayanan pada variabel dimensi kualitas pelayanan yang memiliki nilai koefisien paling rendah daripada yang lain yaitu :
 - *Reliability* (0.069) : upaya yang dapat dilakukan *provider* XL adalah memberikan pelatihan dalam menangani keluhan konsumen bagi para operator agar masalah yang dimiliki para konsumen *provider* XL dapat segera ditangani dan diselesaikan.
 - *Responsiveness* (0.156) : upaya yang dapat dilakukan *excelcomindo* adalah : Menambah fungsi dari *customer service provider* XL dengan cara menambah jumlah operator karena pada saat ini *customer service provider* XL sulit untuk dihubungi pada jam kerja karena banyaknya keluhan yang masuk.

2. Berkaitan dengan bidang industri telekomunikasi, *provider* XL merupakan jasa operator telekomunikasi di Indonesia. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini masih perlu ditingkatkan melalui penempatan BTS yang lebih memadai sehingga gangguan sinyal yang terjadi dapat dihindari dan meningkatkan kualitas suara serta layanan media komunikasi lainnya agar para pelanggan *provider* XL mengetahui promosi yang sedang berlangsung.
3. Menjalinkan kerjasama dengan lembaga *survey* independent spt : AC.Nielsen, Markplus, dll agar dapat memantau kinerja layanan dari *provider* XL secara keseluruhan dan periodik dari sisi pelanggan. Karena dengan adanya *feedback* dari para konsumen, *provider* XL akan berkembang ke arah yang lebih baik sehingga konsumen *provider* XL akan memiliki loyalitas yang tinggi dan tidak melakukan perpindahan ke jasa operator lainnya atau melakukan *churn rate*.