

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pembahasan sesuai dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Proses pelaksanaan kualitas pelayanan call center yang dilakukan oleh *TELKOMFlexi* terhadap pelanggannya, hampir memenuhi harapan dilihat dari perbandingan antara kinerja dan harapan (P/E) pada dimensi *tangibles* sebesar 0,90 ,dimensi *reliability* sebesar 0,93 ,dimensi *responsiveness* sebesar 0,90 ,dimensi *assurance* sebesar 0,89, dan dimensi *empathy* sebesar 0,87.
2. Loyalitas pelanggan pada pelayanan call center *TELKOMFlexi* di kota Bandung cukup positif. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju. Artinya bahwa responden akan selalu loyal kepada *TELKOMFlexi* selama pelayanannya dapat memuaskan mereka.
3. Hasil perhitungan analisis data dengan menggunakan uji statistik korelasi Pearson menunjukkan bahwa terdapat hubungan cukup erat atau berarti antara kualitas pelayanan call center dengan loyalitas pelanggan *TELKOMFlexi*, yaitu sebesar 0,406. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh yang cukup erat dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pelanggan. Sedangkan melalui uji hipotesis dengan menggunakan uji t, dapat diketahui bahwa hipotesis yang penulis ajukan dapat diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan berdasarkan kriteria uji t dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan call center *TELKOMFlexi* dengan loyalitas pelanggan, yaitu sebesar 16,46%.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka untuk mengatasi permasalahan pelayanan call center *TELKOMFlexi*, disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan call center *TELKOMFlexi* dengan loyalitas pelanggan adalah 16,46%, berarti masih ada faktor lain sebesar 83,54 % yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan selain kualitas pelayanan, seperti harga, promosi, dan distribusi. Untuk itu disarankan adanya penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara harga, promosi, dan distribusi dengan loyalitas pelanggan di *TELKOMFlexi* Bandung.
2. Loyalitas konsumen dapat meningkat apabila kualitas pelayanan diberikan dengan baik. Oleh karena itu, *TELKOMFlexi* hendaknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan dan memperhatikan keluhan-keluhan dari pelanggan untuk dijadikan bahan menuju ke arah yang lebih baik, misalnya dengan angket yang disebarakan atau disediakan kotak saran untuk pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan yang utama dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan.