

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar jawaban responden untuk variabel kualitas layanan berada pada taraf “setuju”, yang menggambarkan bahwa mereka telah merasakan kualitas pelayanan yang disediakan oleh Telkomsel.
2. Sebagian besar jawaban responden untuk variabel kepuasan pelanggan berada di taraf “setuju”, yang menggambarkan bahwa mereka merasa puas dalam pelayanan yang diberikan oleh Telkomsel.
3. Sebagian besar jawaban responden untuk variabel loyalitas pelanggan berada di taraf “setuju”, yang menggambarkan bahwa mereka merasa loyal terhadap Telkomsel.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada para pelanggan Telkomsel dengan total pengaruh sebesar 63.8% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 36.2%.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada para pelanggan Telkomsel dengan total pengaruh sebesar 24.2% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 75.8%.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada para pelanggan Telkomsel dengan total pengaruh sebesar 68.3% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 31.7%.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada para pelanggan Telkomsel dengan total pengaruh sebesar 43.6%.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan hanya terbatas pada populasi yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
2. Perlunya penambahan dimensi kualitas layanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

5.3 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah bagi perusahaan Telkomsel agar bisa terus berkomitmen untuk memberikan yang terbaik dalam hal kualitas layanan dalam rangka upaya mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang dengan cara memberikan pelayanan berupa kemudahan pelanggan untuk dapat menyesuaikan kebutuhan, misalnya adanya paket-paket internet sesuai dengan pendapatan pelanggan yaitu dengan memberikan paket hemat dengan membagi kuota. Perusahaan Telkomsel harus menjalin hubungan komunikasi dengan pelanggan-

pelanggan nya secara tidak langsung, seperti melalui media sosial atau melalui komunikasi secara langsung. Contoh lain adalah dengan memberikan *event-event* yang membuat pelanggan tertarik agar terciptanya loyalitas dari pelanggan itu sendiri. Karena loyalitas pelanggan juga akan terbentuk dari kepuasan konsumen yang dialami oleh pelanggan.

5.4 Saran

Untuk itu peneliti dapat membuat saran sebagai berikut:

5.4.1 Peneliti

1. Peneliti menyarankan untuk memperluas populasi yang akan diambil untuk dijadikan sampel pada penelitian selanjutnya.
2. Peneliti menyarankan untuk menambah atau memperbanyak sampel yang dibagikan melalui kuesioner agar data yang terkumpul dapat tercukupi lebih baik lagi.
3. Peneliti menyarankan agar menambahkan dimensi pada variabel kualitas layanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* agar dapat lebih spesifik dalam penelitian tentang variabel kualitas layanan.

5.4.2 Perusahaan

1. Peneliti menyarankan kepada pihak Telkomsel untuk dapat mempertahankan kualitas layanan, yang saat ini dirasa oleh konsumen sudah mencukupi (ditandai dengan banyaknya jawaban “setuju”) dari

jawaban. Untuk itu, perusahaan dapat terus berusaha meningkatkan kualitas layanan di waktu-waktu yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

