

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dibuat pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai tingkat kepuasan konsumen Melsa Kabel ADSL Personal terhadap kualitas pelayanan antara lain :

1. Sebagian besar konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Melsa Office*.
2. Tingkat kepuasan konsumen pada dimensi kualitas pelayanan secara berurutan dari yang terbesar hingga yang terkecil yaitu dimensi *responsiveness*(82,5 %), *assurance* (82 %), *reliability* (70,5%), *tangibility* (65,5 %), dan *empathy* (63 %).
3. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *responsiveness* di *Melsa Office* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap konsumen tidak puas dalam hal kurang ramahnya pelayanan yang diberikan, sering tidak terjawabnya pertanyaan konsumen sehingga tidak mendapat solusi yang tepat dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen, selain itu ketidakpuasan juga dirasakan konsumen dimana petugas *service center* yang terlihat kurang bersemangat dan cekatan dalam melayani masalah-masalah yang dihadapi oleh konsumen.

4. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *assurance* di *Melsa Office* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pengetahuan, penguasaan masalah dan kesopanan petugas *service center*, selain itu petugas *service center* kurang meyakinkan dan konsumen yang merasa tidak terbantu ketika datang ke *Melsa Office* juga menyebabkan ketidakpuasan konsumen.
5. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *reliability* di *Melsa Office* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap keramahan petugas *service center* ketika awal pertemuan, pengetahuan yang kurang sehingga konsumen merasa masalahnya tidak terselesaikan dan pemenuhan janji batas waktu untuk menyelesaikan masalah yang sering dilanggar.
6. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *tangibility* di *Melsa Office* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap kelengkapan peralatan dan fasilitas yang tersedia, jumlah toilet yang kurang, mesin nomor antrian yang sering rusak, kebersihan toilet yang kurang terpelihara dan kenyamanan diruang tunggu.
7. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *empathy* di *Melsa Office* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap petugas *service center* yang kurang mengerti kebutuhan konsumen secara individual, petugas *service center*

yang kurang mengerti kebutuhan konsumen secara individual, petugas *service center* yang tidak berusaha mengatasi keluhan konsumen dengan cepat dan tepat dan konsumen yang tidak merasa dilayani dengan baik ketika datang pada jam istirahat maupun mendekati mendekati jam tutup.

8. Berdasarkan perbandingan antara tingkat kepuasan konsumen dan tingkat kepentingan konsumen, dimensi yang menjadi skala prioritas dari yang penting hingga yang kurang penting yaitu, *responsiveness*, *assurance*, *reliability*, *tangibility*, dan *empathy*.

5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membaca penelitian ini.

5.2.1 Saran teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk memperkaya ilmu psikologi industri dan organisasi, khususnya psikologi konsumen. Bagi peneliti lain yang tertarik, dapat melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada bidang industri yang berbeda atau dengan menghubungkan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi pihak industri *Melsa Office*.

- Disarankan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi *responsiveness* seperti meningkatkan semangat dan kecekatan pada semua petugas *service center* yang melayani konsumen yang ada di *Melsa Office*.
- Disarankan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap dimensi *assurance*, seperti memberikan training kepada petugas *service center* mengenai pengetahuan yang lengkap tentang *Melsa Kabel ADSL Personal* agar dapat melayani konsumen sesuai dengan masalahnya. Selain itu sebaiknya petugas *service center* juga diberikan training juga mengenai bagaimana melayani konsumen dengan baik seperti melayani dengan cepat dan tepat juga ramah sehingga konsumen dapat percaya bahwa akan dilayani dengan baik.
- Disarankan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap dimensi *tangibility* seperti meningkatkan kualitas dari peralatan dan fasilitas yang tersedia dimana mesin nomor antrian yang sering mati sehingga perlu perbaikan, letak pemadam kebakaran yang seharusnya diletakkan dipintu masuk dan menambah jumlah toilet juga memperhatikan keberhasilan toilet.