

## 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 TelkomFlexi terhadap kualitas pelayanan di *Flexi Center "X"* Bandung antara lain:

1. Sebagian besar konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh oleh *Flexi Center "X"* Bandung
2. Tingkat ketidakpuasan konsumen pada dimensi kualitas pelayanan, secara berurutan dari yang terbesar hingga terkecil yaitu dimensi *tangibility, assurance, responsiveness, reliability* dan *empathy*.
3. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *tangibility* di *Flexi Center "X"* 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

Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *assurance* di *Flexi Center "X"* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pengetahuan, penguasaan masalah dan kesopanan petugas *customer service* selain itu petugas *customer service* yang

kurang meyakinkan dan konsumen yang merasa tidak terbantu ketika datang ke *Flexi center "X"* juga menyebabkan ketidakpuasan konsumen.

5. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *reliability* di *Flexi Center "X"* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap keramahan petugas *customer service* 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 *responsiveness* di *Flexi Center "X"* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap sikap petugas *customer service* yang kurang bersemangat ketika melayani konsumen dan terlihat kurang cekatan sehingga sering menimbulkan antrian.
7. Sebagian besar konsumen merasa bahwa harapannya terhadap dimensi *empathy* di *Flexi Center "X"* kurang dapat terpenuhi sehingga menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap petugas *customer service* yang kurang mengerti kebutuhan konsumen secara individual, petugas *Flexi Center* yang tidak berusaha mengatasi keluhan konsumen dengan cepat dan tepat dan konsumen yang merasa tidak dilayani dengan baik ketika datang pada jam istirahat maupun mendekati jam tutup.
8. Berdasarkan perbandingan antara tingkat kepuasan konsumen dan tingkat kepentingan konsumen, dimensi yang menjadi skala prioritas dari yang paling

penting hingga yang kurang penting yaitu *assurance*, *empathy*, *responsiveness*, dan *empathy*.

## 5.2. Saran

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

### 5.2.1. Saran Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk memperkaya ilmu psikologi industri dan organisasi, khususnya psikologi konsumen.
2. Bagi peneliti lain yang tertarik, dapat melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada *Flexi center* lainnya di seluruh Indonesia untuk mengetahui bagaimana kepuasan pada *Flexi center* lainnya. Dengan catatan sebaiknya peneliti yang hendak meneliti kepuasan konsumen menggunakan item baku yang berasal dari Zeithaml bila menggunakan teori dasar Zeithaml

### 5.2.2. Saran Praktis

Bagi pihak industri *Flexi Center* "X".

- Disarankan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi *tangibility* seperti meningkatkan kualitas dari peralatan dan fasilitas yang tersedia dimana tulisan mesin nomor yang sering mati sehingga

perlu perbaikan, letak pemadam kebakaran yang seharusnya diletakkan dipintu masuk dan menambah jumlah toilet juga memperhatikan kebersihan toilet.

- Disarankan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap dimensi *assurance, reliability, responsiveness* seperti memberikan training kepada petugas *customer service* mengenai pengetahuan yang lengkap tentang TelkomFlexi agar dapat melayani konsumen sesuai dengan masalahnya. Selain itu sebaiknya petugas *customer service* juga diberikan training juga mengenai bagaimana cara 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 *empathy*. Petugas *customer service* sebaiknya diberikan training mengenai cara melayani konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu *Flexi Center "X"* juga sebaiknya lebih tegas terhadap petugas *customer service* dalam jam kerja.