

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

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

1. Secara simultan, atribut kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh atribut kualitas pelayanan terhadap kualitas pelanggan adalah sebesar 37.9%. Sedangkan 62.1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Dari lima nilai sig pada tabel koefisiensi, terdapat dua komponen yang berada  $> 0.05$ , yaitu komponen *empathy*, dan *tangible*, sehingga dapat disimpulkan bahwa dari lima komponen kualitas pelayanan hanya tiga yang secara signifikan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan yaitu, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Dan nilai korelasinya sebesar 62.8%.
2. Dilihat dari nilai koefisiensi regresi lima variabel kualitas pelayanan, semuanya bernilai positif, yaitu *reliability* (0.503), *responsiveness* (0.228), *assurance* (0.265), *empathy* (0.011), dan *tangible* (0.044). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

kelima variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

3. Pada tabel Anova, terdapat nilai sig sebesar  $0.000 \leq 0.05$  sehingga hipotesis 1 atau H1 diterima dan berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS, maka diperoleh nilai korelasi sebesar 0.628. Maka dapat disimpulkan bahwa *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangible* memiliki korelasi positif yang kuat dengan kepuasan pelanggan karena berada di antara 0.600-0.800.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang disebutkan di atas, maka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan operator 3, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Meningkatkan kinerja pelayanan pada dimensi kualitas pelayanan yang secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang memiliki nilai koefisiensi lebih rendah dibanding yang lain
  - *Responsiveness* (0.228) : upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan cara meningkatkan respon karyawan operator 3 terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan cara meningkatkan *product knowledge* karyawan dan melihat *database* keluhan pelanggan,

menemukan solusi dan menerapkan *best service* kepada pelanggan, mengatur laju antrian, dan selalu siap sedia dalam memecahkan masalah pelanggan.

- *Assurance* (0.265) : upaya lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan variabel jaminan, dengan cara perusahaan dapat memberikan kompensasi kepada pelanggan untuk ketidakpuasan mereka terhadap layanan 3, hal ini dapat mendorong pelanggan terbuka dalam memberikan umpan balik atas layanan yang diberikan secara positif.

2. Saran selanjutnya yang diberikan oleh peneliti adalah peningkatan kualitas sinyal, kecepatan jaringan internet, dan kejernihan suara. Salah satu masalah adanya keluhan pelanggan adalah karena kualitas produk dari 3 sendiri kurang baik. Jika kualitas produk dari 3 sendiri baik, maka seiring dengan tarif yang ditentukan terjangkau maka 3 akan dapat meningkatkan popularitas mereka.