

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh kualitas customer contact centre pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan komitmen afektif pelanggan. Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada kepuasan pelanggan .
2. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada kepercayaan pelanggan.
3. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada komitmen afektif pelanggan.
4. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan pada kepercayaan pelanggan.
5. Tidak terdapat pengaruh kepuasan pelanggan pada komitmen afektif pelanggan.
6. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan .
7. Terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan pada komitmen afektif pelanggan.
8. Terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan pada loyalitas pelanggan .
9. Terdapat pengaruh komitmen afektif pelanggan pada loyalitas pelanggan .

10. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.
11. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan.
12. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh komitmen afektif pelanggan.
13. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan.
14. Tidak terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan dan komitmen afektif pelanggan.
15. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan dan komitmen afektif pelanggan.
16. Terdapat pengaruh kualitas *customer contact centres* pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan komitmen afektif pelanggan

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka implikasi manajerial penelitian ini adalah untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, kualitas *customer contact centres* harus dijaga dengan memperhatikan 7 (tujuh) dimensi kualitas *customer contact centres* yaitu: *accessibility, waiting cost, user friendliness of*

*vru, customer knowledge, emphaty, reliability, dan customer focuss*s. Jika perusahaan mampu menjaga kualitas *customer contact centres* maka kepuasan,kepercayaan dan komitmen akan meningkat dan perusahaan akan mendapatkan loyalitas pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- Penelitian ini hanya dilakukan pada industri jasa perbankan, masih banyak jasa layanan keuangan dan industri jasa yang lain.
- Penelitian ini hanya meneliti di industri jasa dan tidak meneliti manufaktur
- Terdapat 5 (lima) indikator yang tidak lolos uji reliabilitas
- Penelitian ini hanya melakukan pengujian kepuasan dengan single item indikator
- Sampel dalam penelitian ini masih tidak memnuhi asumsi minimal jumlah sampel

5.4 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dikembangkan di industri jasa keuangan yang lain atau di industri jasa lain seperti layanan kesehatan,layanan telekomunikasi,layanan pendidikan
- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilaksanakan di perusahaan Manufaktur.

- Penelitian selanjutnya menggunakan indikator yang lain yang lolos uji reliabilitas
- Penelitian selanjutnya pada kepuasan dapat menggunakan lebih dari 1 indikator
- Penelitian selanjutnya dapat menggunakan Sample yang lebih banyak dan memenuhi kriteria 10 kali item pertanyaan.

Saran untuk praktisi sebagai berikut:

- Para praktisi agar memahami bahwa tidak ada pengaruh kepuasan terhadap komitmen afektif, customer contact centre yang ada sekarang ini tidak mampu menciptakan komitmen afektif, karena tidak memenuhi dimensi kualitas customer contact centre sbb : *reliability, empathy, customer knowledge, customer focus, accessibility, waiting cost, dan user friendliness of VRU.*
- Para praktisi agar memperbaiki atau meningkatkan kualitas *customer contact centres* karena hal ini penting untuk menciptakan loyalitas