

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Secara umum, pelanggan Telkomsel Kota Bandung menganggap bahwa kualitas pelayanan *caroline officer* 188 sudah berkualitas dengan total skor rata-rata kinerja 4,28 tetapi masih belum mencapai tingkat harapan pelanggan dengan total skor rata-rata harapan 4,48 Telkomsel Kota Bandung. Maka, dilihat dari angka kinerja kualitas pelayanan *caroline officer* 188 yang lebih rendah dari harapan, dan tingkat kepuasan yang diperoleh melalui *gap* rata-rata antara kualitas pelayanan *caroline officer* 188 terhadap harapan pelanggan yakni -0,20, dapat dinyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan *caroline officer* 188 Telkomsel Kota Bandung kurang dari angka 0 yang dapat diartikan tergolong tidak puas.
2. Hasil pengujian regresi kualitas pelayanan yang terdiri *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel memiliki pengaruh secara signifikan sebesar 53,1%. Pada variabel-variabel tersebut menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan yaitu *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* dan satu variabel

yang memengaruhi terhadap kepuasan pelanggan yakni *responsiveness* sebesar 0.363.

6.2 Saran

6.2.1 Saran bagi perusahaan

1. Melihat *gap* tertinggi antara kinerja pelayanan *caroline officer* 188 terhadap harapan pelanggan yakni variabel *assurance* dengan skor rata-rata kepuasan yakni -0,22 dengan tingkat kesesuaian 95,99%, maka perusahaan perlu mengadakan bahkan menambah intensitas program *improvement* atau *training* berupa kelas kepada karyawan untuk memperdalam bagaimana seseorang yang bekerja di bidang pelayanan dapat mengaplikasikan *assurance* meskipun berkomunikasi melalui telepon. Sehingga pelanggan dapat lebih merasa percaya pada kinerja, keterampilan, pengetahuan, kejujuran informasi, dan jaminan keamanan serta kenyamanan ketika menggunakan layanan *caroline officer* 188 yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelatihan bisa dilakukan tidak hanya kepada *frontliners* namun kepada *supervisor* agar mereka bisa secara konsisten mengadakan sesi *coaching* kepada bawahannya.
2. Melihat *gap* terendah antara kinerja pelayanan *caroline officer* 188 terhadap harapan pelanggan yakni variabel *responsiveness* dengan skor rata-rata kepuasan yakni -0,20 dengan tingkat kesesuaian 95,42%, walaupun variabel ini memiliki *gap* terendah tapi karena skor rata-rata kepuasan yang masih *minus* maka rekomendasi yang diajukan adalah perusahaan terus mempertahankan pelayanannya dan terus memiliki program-program yang menghasilkan *service*

excellence kepada pelanggan dan *improvement* atau *training* berupa kelas kepada karyawan untuk bisa mengaplikasikan *responsiveness* dengan lebih baik lagi. Sehingga pelanggan dapat lebih merasa *responsiveness caroline officer* 188 terhadap kesegeraan, kesiapan, kesediaan, dan kejelasan dalam melayani pelanggan.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dan diperlukan adanya penyempurnaan yang lebih baik lagi untuk penelitian ke depannya. Maka dari itu, penulis merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih mengeksplor faktor-faktor lain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dengan perkembangan teori yang lebih baru, disertai dengan wawancara agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan mendalam. Selain itu, rekomendasi yang diajukan adalah mengkaji lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan dengan membandingkan satu subyek dengan subyek lainnya, seperti membandingkannya dengan pelayanan secara langsung atau melalui medium saluran telepon bahkan bisa dikembangkan melalui media online sesuai perkembangan zaman, serta peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih banyak lagi. Karena semakin banyak sampel, semakin bagus hasil penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basuki, Agus Tri and Prawoto, Nano. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok : PT Rajagrafindo Persada
- Fandy, Tjiptono. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing
- Fandy, Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy, Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy, Tjiptono. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. PT Indeks
- Philip Kotler and Keller. 2009. *Marketing Management*. 13th edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Philip Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition. Pearson. Prentice Hall.
- Levy, M. dan Weitz, B.A. (2007). *Retailing Management*, New York: McGraw Hill Education.
- Moenir, HAS. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Uma Sekaran. (2006). *Research Methods For Bussiness 4th Ed*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&I)*. Bandung: Alfabeta.

- Yoeti, Oka. 2005. *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pradnya Paramitamart
- Angga, Arianto P. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Value Added Service Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Operator Selular GSM*. (Tesis). Program Studi Magister Teknik Industri, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Cecilia Silvestri, Barbara Aquilani, Alessandro Ruggieri. (2017). *Service quality and customer satisfaction in thermal tourism*. The TQM Journal. 29 (1), hlm. 55-81
- Ekinci, Y. 2008. *An Investigation of Determinants of Customer Satisfaction*. Tourist Analysis
- Gonzales, Ma Elisa Alen and Brea, Jose Antonio Fraiz. 2008. *An Investigation of the Relationship Among Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioural Intentions in Spanish Health Spas*, p.15
- Levy, Michael dan Barton A. Weitz, 2007. *Retailing Management 6th edition*, McGraw Hill International.
- Jain, Sanjay K. 2008. *A Dimension-Spesific Assessment of Service Quality and Its Relationship with Customer Satisfaction and Behavioural Intentions in Fast Food Restaurant*. P.13
- Jay, Kandampully, Connie Mok, Beverlay Sparks. 2008. *Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure*
- Martenson. 2007. *Corporate Brand Image, Satisfaction and Loyalty in a Store*. P.13
- Mey, Lau Pei, Abdolali Khatibi Akbar, dan David Yong Gun. 2008. Measuring Service Quality and Customer Satisfaction of the Hotels in Malaysia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(2), hlm.144-160.
- Siobhan, Drummond. 2008. *Quality issues in heritage visitors attraction*.
- Tri, Candra S.K. (2010). *Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen dan Motivasi Konsumen Pengguna ATM di Jakarta*. (Tesis). Program Studi Magister Manajemen, Universitas Indonesia, Jakarta
- Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner. 2008. *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc
- PT Telekomunikasi Selular . (2015). *Annual Report*. Jakarta: Telkomsel.