

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome, dan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen akan kualitas pelayanan Indihome dinilai sebagai berikut :
 - Konsumen merasa tidak puas dengan *tangible* karena nilai rata-rata harapan (4,23) > nilai rata-rata kinerja (3,82)
 - Konsumen merasa tidak puas dengan *empathy* karena nilai rata-rata harapan (3,69) > nilai rata-rata kinerja (4,48)
 - Konsumen merasa tidak puas dengan *reliability* karena nilai rata-rata harapan (4,78) > nilai rata-rata kinerja (3,23)
 - Konsumen merasa tidak puas dengan *assurance* karena nilai rata-rata harapan (4,70) > nilai rata-rata kinerja (3,87)
 - Konsumen merasa tidak puas dengan *responsiveness* karena nilai rata-rata harapan (4,74) > nilai rata-rata kinerja (3,49)

2. Loyalitas konsumen Indihome berada pada kategori sedang, dengan rincian sebagai berikut :
 - Akan menceritakan hal yang positif mengenai pelayanan yang diberikan oleh Indihome kepada orang lain termasuk kategori sedang (3,01).
 - Akan merekomendasikan IndiHome kepada orang lain termasuk kategori sedang (2,91).
 - Akan menggunakan IndiHome secara teratur termasuk kategori sedang (3,03).
 - Akan kembali menggunakan IndiHome di masa yang akan datang termasuk kategori sedang (2,94).

- Akan menolak tawaran dari penyedia jasa internet lain selain IndiHome termasuk kategori sedang (2,71).

- Akan menjadikan IndiHome sebagai pilihan utama termasuk kategori sedang (2,77).

3. Pengaruh kepuasan konsumen atas *service quality* Indihome.

Pada analisa regresi berganda, setelah melalui uji F dan uji T, diketahui bahwa dari kelima dimensi yang terdapat di dalam variabel *service quality* Indihome, terdapat dua dimensi yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome, kedua dimensi tersebut adalah *reliability* dan *responsiveness*. Dimensi yang pertama yaitu *reliability* berpengaruh positif sebesar 0,207. Dimensi kedua yaitu *assurance* berpengaruh positif sebesar 0,320. Secara bersama – sama, kepuasan konsumen atas *service quality* memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen Indihome sebesar 35%.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut :

- Berdasarkan kepuasan konsumen atas *service quality* Indihome saat ini, perlu dilakukan perbaikan *service quality* agar dapat memuaskan konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen Indihome. Berdasarkan regresi, terdapat dua dimensi yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Indihome yaitu *reliability* dan *responsiveness*. Oleh sebab itu, saran untuk perbaikan akan diberikan pada dimensi *reliability* dan *responsiveness*

a. Saran untuk *Reliability*

Service quality reliability memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen Indihome. Namun, menurut responden *reliability* Indihome masih kurang pada kestabilan koneksi internet, dapat dilihat dari hasil kinerja yang paling rendah yaitu kestabilan koneksi yang diberikan. Oleh karena itu, Indihome perlu melakukan stabilitas terhadap koneksi internetnya atau bila perlu melakukan perbaikan terhadap koneksi internetnya agar bisa selalu stabil sehingga tidak mengecewakan para konsumennya. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara merekrut teknisi atau para

tenaga ahli di bidangnya yang dapat membantu untuk menjaga kestabilan koneksi internet serta melakukan pemeliharaan rutin secara berkala agar bisa selalu stabil. Selain itu, teknisi Indihome juga harus berkomitmen untuk menepati janjinya agar bisa datang tepat waktu sesuai dengan yang telah dijanjikan sebelumnya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan peraturan tambahan kepada para teknisi untuk datang tepat waktu dan jika tidak ditepati akan mendapatkan sanksi.

b. Saran untuk *Responsiveness*

Service quality responsiveness memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen Indihome. Untuk bagian *responsiveness*, Indihome perlu memberikan *training* terhadap para teknisi agar mereka dapat memperbaiki semua masalah yang dihadapi oleh konsumen. Untuk dapat merespon lebih banyak panggilan masuk ke *call center*, maka Indihome perlu menambah tenaga kerja di bagian *call center* atau merubah sistem di *call center* agar lebih efektif. Selain itu, *customer service* Indihome juga harus dapat mengetahui secara pasti jadwal dari teknisi agar *customer service* dapat lebih yakin sehingga bisa memberikan kepastian akan kapan layanan akan diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ariani. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- C. Mowen, & John Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, & Carl Mcdaniel. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fitzsimmons, J., & Mona J. Fitzsimmons. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2011). In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kotler, P. (2004). In *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan*, (H. Teguh, Trans.). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- _____ (2005). *Manajemen Pemasaran* (11 ed., Vol. 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kountur. (2007). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Nawawi. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Priyatno. (2009). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi.
- Rambat, L., & A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business A Skill Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sekaran, U., & R. B. (2013). In *Research Methods for business; A skill-Building Approach*. New York: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

_____ (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Widianto, J. (2010). *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*.
Surakarta: BP-FKIP UMS.

Jurnal Ilmiah

Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*.

Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. M. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*.

Fullerton, & Taylor Shirley. (2002). Mediating, Interactive and Non-Linear Effect in Service Quality and Satisfaction With Service Research. *Canadian Journal of Administrative Science*, 19.

Hellier, Philip K, Geursen, G., Carr, R., & Rickard, J. (2003). Customer Repurchase Intention A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37.

Zeithaml, V., & Bitner. (2000). *Service Marketing 2nd edition : Integrating Customer Focus Accros The Firm*. New York: McGraw-Hill Inc.

Internet

teknologi-internet-dan-new-media. (2012, 10 02). Retrieved 09 10, 2017, from <http://kampoeng-it.blogspot.co.id>: <http://kampoeng-it.blogspot.co.id/2012/10/teknologi-internet-dan-new-media.html>

berita-reguler/pengguna-internet-mencapai-32-milyar/. (2016, 02 24). Retrieved 09 10, 2017, from <https://infokomputer.grid.id/>: <https://infokomputer.grid.id/2016/02/berita/berita-reguler/pengguna-internet-mencapai-32-milyar/>

laporan-keuangan-telkom-kuartal-iii-tahun-2016-pendapatan-data-internet-dan-it-services-meningkat-tajam.html. (2016, 10 26). Retrieved 09 10, 2017, from <http://www.telkom.co.id>: <http://www.telkom.co.id/laporan-keuangan-telkom-kuartal-iii-tahun-2016-pendapatan-data-internet-dan-it-services-meningkat-tajam.html>

pelanggan-indihome-telkom-tembus-dua-juta. (2017, 07 13). Retrieved 09 10, 2017, from <http://www.republika.co.id>: <http://www.republika.co.id/berita/telko>

highlight/berita-telkom/17/07/13/ot1cqc-pelanggan-indihome-telkom-tembus-
dua-juta

telkom-targetan-3-juta-pelanggan-indihome-hingga-akhir-2017. (2017, 07 14). Retrieved 09
10, 2017, from <http://banjarmasin.tribunnews.com>:
[http://banjarmasin.tribunnews.com/2017/07/14/telkom-targetan-3-juta-
pelanggan-indihome-hingga-akhir-2017](http://banjarmasin.tribunnews.com/2017/07/14/telkom-targetan-3-juta-pelanggan-indihome-hingga-akhir-2017)