

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mengukur pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan IndiHome di kota Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan IndiHome di kota Semarang.

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap kedua variabel yang diteliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan IndiHome di kota Semarang. Pada Indikator jaminan (*assurance*) dan indikator empati (*empathy*) menjadi faktor terbesar yang memberikan sumbangan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan memiliki nilai tertinggi responden yang mayoritas menjawab setuju sebesar 97% pada indikator jaminan dan 89% pada indikator empati.
2. Pada indikator jaminan mengenai pernyataan “Pegawai IndiHome Memiliki Sopan Santun Dalam Berbicara Dan Bertindak Serta Dapat Dipercaya Oleh Pelanggan” memperoleh nilai tertinggi yaitu 97% menyatakan setuju.

3. Pada indikator empati mengenai pernyataan “Pegawai Dari IndiHome Selalu Berkomunikasi Dengan Baik Dan Jelas Kepada Pelanggan” memperoleh nilai tertinggi yaitu 89% menyatakan setuju.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap kedua variabel yang diteliti maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai kualitas pelayanan pada indikator kehandalan, dibutuhkan peningkatan kehandalan pegawai IndiHome terutama dari segi respon dan penyelesaian masalah yang dihadapi pelanggan. IndiHome perlu melakukan pelatihan untuk para pegawai dalam merespon dan memberikan solusi penyelesaian masalah pelanggan bertujuan agar pelanggan puas,
2. Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai loyalitas pelanggan IndiHome perlu dilakukan peningkatan lebih lagi. Pada loyalitas pelanggan indikator pembelian ulang memperoleh nilai yaitu 38% menyatakan tidak setuju melakukan pembelian ulang dan 62% menyatakan setuju melakukan pembelian ulang. Dari hasil tersebut untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, IndiHome perlu memahami kebutuhan pelanggan dengan melakukan komunikasi memperhatikan keluhan-keluhan pelanggan untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai loyalitas pelanggan indikator ketetapan pada merek dari IndiHome perlu dilakukan peningkatan,

dikarenakan tidak menjadikan IndiHome pilihan satu-satunya sebagai perusahaan penyedia layanan internet yang ingin digunakan pada masa mendatang. Pada ketetapan pada merek IndiHome memperoleh nilai yaitu 53% menyatakan “Saya akan mengganti provider internet selain IndiHome” dan 47% menyatakan “Saya tidak akan mengganti provider internet selain IndiHome”. Dari hasil tersebut untuk meningkatkan ketetapan pada merek IndiHome, IndiHome perlu membangun *Brand Awareness* yang positif bagi pelanggan. Memiliki citra yang positif diperlukan IndiHome dengan melakukan promosi, mensponsori suatu acara tertentu, memperbaiki kualitas produk yang dikeluhkan dan menjaga kesetiaan pelanggan terhadap IndiHome.

4. Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai loyalitas pelanggan indikator merekomendasikan pada orang lain dari IndiHome perlu dilakukan peningkatan, dikarenakan merekomendasikan kepada orang lain dari mulut ke mulut atau biasa disebut *World Of Mouth* (WOM) merupakan cara terbaik untuk melakukan promosi bagi perusahaan. Pada merekomendasikan kepada orang lain memperoleh nilai yaitu 57% menyatakan “Saya tidak akan selalu merekomendasikan IndiHome kepada saudara dan orang lain” dan 43% menyatakan “Saya akan selalu merekomendasikan IndiHome kepada saudara dan orang lain”. IndiHome perlu meningkatkan loyalitas pelanggannya dengan membangun kepercayaan pelanggan terhadap IndiHome. Membangun loyalitas pelanggan dapat dimulai dengan memperhatikan apa yang sering

dikeluhkan oleh pelanggan atau memberikan hadiah kecil kepada pelanggan yang setia.

5. Berdasarkan dari hasil data yang ditemukan oleh penulis pada koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,406 mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif namun hanya sebesar 40,6%. Artinya pengaruh kualitas pelayanan hanya mempengaruhi 40% dari loyalitas pelanggan dan terdapat faktor lain selain kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas pengguna IndiHome. Adapun saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut :

- a. Pada penelitian lebih lanjut dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan bahan pertimbangan atau memperdalam penelitian atau dapat menggunakan variabel berbeda seperti kualitas produk, promosi, harga, dll
- b. Pada penelitian lebih lanjut diharapkan dapat memperkaya penelitian mengenai variabel kualitas pelayanan, dengan cara meneliti beberapa topik sejenis yang menggunakan metode kualitatif.