

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil analisis statistik dengan menggunakan tehnik korelasi *product moment* terhadap hipotesis yang diajukan, diperoleh kesimpulan ada hubungan positif antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin rendah kepuasan konsumen. Sumbangan efektivitas persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah 51,4%.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka penulis mengajukan sejumlah saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hubungan positif antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, berarti faktor kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan. Dalam rangka menghadapi pasar bebas di tahun 2003 perlulah kiranya pihak PT. Telkom lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga

kepuasan konsumen yang maksimal yang merupakan tujuan dari PT. Telkom dapat tercapai.

2. Bagi Peneliti Lain

Berdasarkan penelitian ini diharapkan untuk peneliti selanjutnya tertarik untuk meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, biaya untuk mendapatkan produk atau jasa, ciri keistimewaan (Fetaures).

tersebut. Selain hal tersebut, perlulah kiranya peneliti selanjutnya untuk lebih memperhatikan proses pengambilan data.

