

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Variabel kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan kepercayaan (*trust*) berpengaruh secara signifikan pada loyalitas pelanggan (*customer loyalty*).
- 2 Variabel kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh secara signifikan pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan kepercayaan (*trust*).
- 3 Kualitas layanan (*service quality*) tidak mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) tetapi mempunyai pengaruh yang tidak langsung melalui kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan kepercayaan (*trust*) dengan persamaan struktural $customer\ loyalty = 0,431\ CS + 0,325\ TR + 0,311\ SQ$. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan PT. Telkom harus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas jasa, dan menjaga kepercayaan konsumen pada perusahaan.
- 4 Berdasarkan hasil analisis untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Telkomspeedy di Area Surabaya maka hal-hal yang menjadi prioritas perbaikan dalam jangka pendek adalah *responsiveness* (daya tanggap) pada variabel kualitas layanan dan menjaga kepercayaan terhadap niat baik perusahaan.
- 5 Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yang ada maka indikator yang berkontribusi terbesar harus dipertahankan adalah indikator kepuasan secara menyeluruh (*overall satisfaction*) dan indikator jaminan (*assurance*).

5.1 Saran

Penelitian ini tentunya masih belum sempurna dan masih banyak kekurangannya, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Perlu dipelajari kemungkinan adanya faktor lain yang mendukung loyalitas pelanggan selain kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan.
2. Untuk meningkatkan keabsahan hasil penelitian, peneliti selanjutnya disarankan dilakukan pada lokasi penelitian yang lebih luas dengan melibatkan lebih banyak pelanggan dari berbagai perusahaan *internet service provider*.
3. Penelitian lanjutan mengenai loyalitas pelanggan Telkomspeedy dapat juga dilakukan untuk Speedy Prabayar karena produk ini mempunyai karakteristik dan perilaku pelanggan yang berbeda dengan Pasca bayar.

Memperhatikan hasil penelitian ini maka saran untuk pemanfaatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan manajemen *internet service provider* harus melakukan upaya-upaya membentuk dan meningkatkan kepercayaan pelanggan karena penelitian ini menemukan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh lebih kuat terhadap loyalitas pelanggan jika dibandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan analisis penelitian dan sesuai dengan saran-saran yang diberikan responden, PT. Telkom disarankan dalam jangka pendek memperbaiki indikator *Responsiveness* dan mempertahankan *Assurance* pada variabel kualitas layanan (*service quality*).