

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa penelitian mengenai kepuasan pelanggan berhasil memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal adalah dapat diterima. Penelitian yang dilakukan di Universitas Negeri Jakarta pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dari bulan Januari sampai dengan April 2016 memberikan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan kartu prabayar Indosat IM3 pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Jika kualitas pelayanan baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
2. Terdapat hubungan positif antara promosi dengan kepuasan pelanggan kartu prabayar Indosat IM3 pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Jika promosi baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Hipotesis diatas, dibuktikan dengan persamaan regresi tunggal yakni :

$$1. \hat{Y} = 11.348 + 0.636(X_1)$$

$$2. \hat{Y} = 7.041 + 0.717(X_2)$$

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperoleh dari hasil determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.256. Jadi kemampuan dari variabel kualitas pelayanan untuk menjelaskan kepuasan pelanggan secara

simultan sebesar 25.6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan.

Sedangkan hubungan antara promosi dengan kepuasan pelanggan diperoleh dari hasil determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.246. Jadi kemampuan dari variabel promosi untuk menjelaskan kepuasan pelanggan secara simultan sebesar 24.6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar promosi.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi dengan kepuasan pelanggan kartu prabayar Indosat IM3 pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi sangat menentukan dalam meningkatnya kepuasan pelanggan.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel kepuasan pelanggan, dimensi yang memiliki rata-rata terbesar adalah dimensi *product-related factors* sebesar 34.82%. Oleh karena itu dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, maka Indosat harus mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan terutama yang berhubungan dengan produk IM3 seperti dalam sistem pembayaran baik untuk pembelian pulsa dan juga dalam bertransaksi agar semakin banyak pelanggan yang menggunakan kartu prabayar Indosat IM3. Sedangkan dimensi kepuasan pelanggan terendah adalah dimensi *service-related factors* sebesar 32.32%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk

meningkatkan kepuasan pelanggan, Indosat harus bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar semakin banyak pelanggan yang menggunakan kartu prabayar Indosat IM3.

Pada variabel kualitas pelayanan dimensi yang memiliki rata-rata terbesar adalah dimensi *assurance* (jaminan) sebesar 22.80%. Hal ini menunjukkan bahwa Indosat perlu mempertahankan berbagai pelayanan khususnya dalam hal jaminan agar pelanggan Indosat IM3 semakin yakin dalam menggunakan kartu prabayar Indosat. Sedangkan dimensi kualitas pelayanan terendah adalah *emphaty* sebesar 16.32 %. Hal ini menunjukkan bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan pelayanan pelanggan dalam hal perhatian kepada pelanggan harus ditingkatkan lagi.

Pada variabel promosi, dimensi yang memiliki rata-rata terbesar adalah *advertising* (periklanan) sebesar 25.54%. Hal ini menunjukkan kartu prabayar Indosat IM3 telah melakukan kegiatan promosi yang cukup baik khususnya dalam hal periklanan. Untuk itu Indosat harus meningkatkan promosi dalam hal periklanan agar pelanggan lebih tertarik lagi untuk menggunakan produk dari Indosat IM3. Sedangkan dimensi promosi terendah adalah dimensi *direct marketing* (penjualan langsung) sebesar 24.67%.

Oleh karena itu, Indosat harus memperbaiki promosi khususnya pada *direct marketing* (penjualan langsung) agar pelanggan bisa lebih tertarik pada kartu prabayar Indosat IM3.

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan kartu prabayar Indosat IM3 yang tinggi, maka Indosat harus

menghasilkan kualitas pelayanan dan promosi yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

### C. Saran

Berdasarkan implikasi yang dikemukakan di atas, saran yang dapat peneliti berikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. PT.Indosat Tbk. seharusnya bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar semakin banyak pelanggan yang menggunakan kartu prabayar Indosat IM3 dan puas atas produk yang dikeluarkan oleh Indosat IM3.
2. PT.Indosat Tbk. seharusnya lebih meningkatkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pelayanan pelanggan khususnya dalam hal perhatian kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh Indosat IM3.
3. PT.Indosat Tbk. harus lebih meningkatkan promosi khususnya pada *direct marketing* (penjualan langsung) pada produk Indosat IM3 agar pelanggan bisa lebih tertarik pada kartu prabayar Indosat IM3.