

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, pengaruh penanganan keluhan terhadap kepercayaan, pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Jumlah responden yang diambil sebanyak 200 responden, dimana responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah pengguna yang menggunakan Indihome selama kurang lebih 6 bulan di Plaza Telkom Rawamangun dengan cara penyebaran kuesioner. Metode analisis untuk pengolahan data penelitian menggunakan SPSS untuk pengujian instrumen dan LISREL untuk *confirmatory factor analysis*. Setelah menganalisis data primer mengenai variabel-variabel penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel V.1**  
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	<i>Standardized Total Effects</i>	t-values	Interpretasi
H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	0.10	0,58	Tidak Signifikan
H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepercayaan.	0.31	2.46	Signifikan
H3: Penanganan Keluhan berpengaruh terhadap Kepercayaan.	0.65	4.96	Signifikan
H4: Penanganan Keluhan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.	0.31	2.46	Signifikan
H5: Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.	0.87	7.42	Signifikan

*Sumber : Data diolah oleh peneliti*

Dari informasi pada tabel V.1 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Indihome **ditolak**.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan pengguna Indihome **diterima**.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan **diterima**.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan **diterima**.
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan **diterima**.

## **B. Implikasi**

### 1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan model penelitian teoritis dalam penelitian ini dan telah di uji kesesuaian model-nya melalui analisis *Struktural Equation Model*, maka hasil penelitian ini dapat memperkuat konsep teoritis Dari variabel-variabel yang mempengaruhi minat kunjungan ulang terdapat implikasi sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan maka hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ditolak. Hasil pada penelitian

ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Boohene dan Agyapong (2011) yang menemukan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

- b. Variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan maka hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasir, Mushtaq dan Ridwan (2014) yang menemukan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Kepercayaan.
- c. Variabel Penanganan Keluhan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan maka hipotesis 3 yang menyatakan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mosavi dan Ghaedi (2012) yang menemukan bahwa Penanganan Keluhan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepercayaan
- d. Variabel Penanganan Keluhan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan maka hipotesis 4 yang menyatakan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Angelova

dan Zekiri (2012) yang menemukan bahwa Penanganan Keluhan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

- e. Variabel Kepercayaan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan maka hipotesis 5 yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan diterima. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rashmi dan Krishnakumar (2015) yang menemukan bahwa Kepercayaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan Implikasi Teoritis tersebut pada penelitian ini menemukan sebuah hal baru mengenai hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan, yang dimana pada penelitian ini justru bersifat negatif dan tidak signifikan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi hal tersebut seperti buruknya koordinasi ketika pelanggan melaporkan keluhan, waktu untuk melaporkan keluhan yang terbatas, karyawan yang tidak kompeten dan lain sebagainya.

Sehingga dengan berbagai masalah tersebut mempengaruhi keputusan para pelanggan untuk tidak loyal terhadap Indihome. Sangat disayangkan padahal Indihome adalah pemain baru dalam bisnis televisi berlangganan, walaupun berhasil membuat terobosan dengan menawarkan paket yang menarik tetapi kenyataannya eksekusi dilapangan tidak sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan.

## 2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

- a. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna Indihome di Plaza Telkom Rawamangun, diperoleh bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan Indihome di Plaza Telkom Rawamangun berjenis kelamin perempuan sebesar 51% dan berjenis kelamin laki laki sebesar 49%.
- b. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna Indihome di Plaza Telkom Rawamangun, diperoleh bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan Indihome di Plaza Telkom Rawamangun berusia 21-30 tahun sebesar 61%, usia 31-40 tahun sebesar 24,5%, usia >40 tahun sebesar 12,5% dan usia <20 tahun sebesar 2%.
- c. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna Indihome di Plaza Telkom Rawamangun, diperoleh bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan Indihome di Plaza Telkom Rawamangun sebagai PNS sebesar 77,5%, Karyawan Swasta sebesar 13%, Wiraswasta sebesar 6,5%, Pelajar sebesar 2% dan Ibu Rumah Tangga sebesar 1%.
- d. Dari hasil olahan kuesioner pada 200 orang pengguna Indihome di Plaza Telkom Rawamangun, diperoleh bahwa paling banyak responden yang telah menggunakan Indihome di Plaza Telkom Rawamangun dengan pendapatan Rp 3.000.001,00 – Rp 5.000.000

sebesar 45,5%, pendapatan > Rp 5.000.001,00 sebesar 36,5%, pendapatan Rp 1.000.001,00 – Rp 3.000.000,00 sebesar 11,5%, dan pendapatan < Rp 1.000.000,00 sebesar 6,5%.

### 3. Implikasi Deskriptif

Implikasi dari analisis tiap variabel sebagai berikut:

#### a. Variabel Kualitas Pelayanan:

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Indihome tidak memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Maka Indihome perlu membuat strategi baru dalam hal memenuhi janjinya dengan pelanggan agar pelanggan merasa dihargai dengan pelayanan yang baik
- 2) Indihome tidak menyelesaikan masalah dengan jujur. Maka Indihome perlu melatih karyawannya untuk bekerja secara jujur agar pelanggan tidak merasa tertipu.
- 3) Indihome tidak memberikan pelayanan yang cepat. Maka Indihome perlu membuat strategi yang baru untuk membuat pelayanan yang cepat agar pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama.
- 4) Indihome tidak memberikan perhatian kepada setiap pelanggan. Maka Indihome perlu membuat strategi yang baru dalam hal perhatian kepada pelanggan agar pelanggan merasa dihargai bila melakukan komplain.

- 5) Indihome tidak memberikan kenyamanan bagi pelanggannya. Maka Indihome perlu membuat strategi yang baru untuk kenyamanan bagi pelanggannya agar pelanggan tidak beralih ke produk pesaing.

b. Variabel Penanganan Keluhan:

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Karyawan Indihome tidak memberikan perhatian terhadap pelanggan. Maka karyawan Indihome perlu dilatih untuk memberikan perhatian terhadap pelanggan.
- 2) Karyawan Indihome tidak tepat waktu dalam melayani pelanggan. Maka karyawan Indihome perlu dilatih agar tepat waktu dalam melayani pelanggan.
- 3) Karyaan Indihome tidak cepat menanggapi layanan pelanggan. Maka karyawan Indihome perlu dilatih agar cepat menanggapi layanan pelanggan.
- 4) Indihome tidak memiliki kemampuan untuk mengganti rugi kepada pelanggan yang komplain. Maka Indihome perlu membuat strategi baru untuk mengganti rugi kepada pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dikompensasi oleh Indihome.
- 5) Karyawan Indihome tidak memberi tahu jawaban dari keluhan pelanggan. Maka karyawan Indihome perlu dilatih lagi untuk memberi tahu secara jelas jawaban dari keluhan pelanggan.

- 6) Karyawan Indihome tidak memberikan rasa adil kepada pelanggan. Maka karyawan Indihome perlu dilatih lagi agar memberikan rasa adil kepada pelanggan.
- 7) Keluhan pelanggan tidak ditinjau secara tepat waktu. Maka Indihome perlu membuat strategi baru untuk keluhan pelanggan agar ditinjau tepat waktu agar pelanggan merasa puas dengan Indihome.

c. Variabel Kepercayaan

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Indihome tidak memberi rasa percaya kepada pelanggan. Maka Indihome perlu memberikan keyakinan kepada pelanggan dengan cara memberikan informasi terkait pemakaian produk Indihome oleh Pelanggan.
- 2) Indihome tidak dapat dipercaya dalam memegang janjinya. Maka Indihome perlu merubah persepsi buruk agar dapat dipercaya dalam memegang janjinya.
- 3) Indihome membuat pelanggan merasa kurang dipercayai. Maka Indihome perlu membuat strategi baru mengenai sikap kepulauan agar pelanggan merasa dipercayai.

d. Variabel Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis deskriptif dari kuesioner yang disebar oleh peneliti berikut adalah penjabaran tiap indikator:

- 1) Pelanggan tidak merasa setia dengan Indihome. Maka Indihome perlu membuat strategi baru berkaitan dengan kenyamanan pelanggan.
- 2) Pelanggan tidak berniat untuk tetap menjadi pelanggan Indihome. Maka Indihome perlu membuat strategi baru yang menarik agar pelanggan tidak beralih ke produk pesaing.
- 3) Pelanggan tidak akan menggunakan Indihome sebagai acuan dimasa depan. Maka Indihome perlu membuat strategi yang menarik agar pelanggan tetap melihat produk Indihome sebagai pilihan utama dimasa depan.
- 4) Pelanggan tidak mendapat fasilitas yang menarik. Maka Indihome perlu membuat strategi baru terkait dengan fasilitas agar pelanggan dapat menggunakan Indihome secara nyaman.
- 5) Pelanggan bersedia membayar lebih untuk menggunakan produk pesaing. Maka Indihome perlu membuat strategi harga yang baru untuk menjaga pelanggan tetap menggunakan Indihome
- 6) Produk Indihome tidak diminati oleh pelanggan. Maka Indihome perlu membuat strategi produk yang diminati oleh pelanggan.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik untuk penelitian selanjutnya dan untuk Indihome. Saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Saran untuk penelitian selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda, misalnya tentang bisnis telekomunikasi provider.
- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti: Harga, minat membeli kembali dan kepuasan pelanggan agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- c. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan uji beda terhadap perusahaan pesaing yang beroperasi dengan cara yang sama yaitu bisnis yang menawarkan internet dan televisi berlangganan.
- d. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan memfokuskan penelitian seperti hanya membahas tentang televisi saja atau tentang internet saja.
- e. Penelitian ini dapat dilanjutkan kembali dengan lingkup yang lebih luas yang akan memungkinkan mendapat tanggapan yang berbeda.

## 2. Saran untuk Indihome

- a. Indihome harus dapat memenuhi janjinya ketika sedang melayani pelanggan. Misalnya dengan dapat mengirimkan tenaga ahli untuk menyelesaikan masalah karena selama ini pelayanan Indihome cenderung lambat dan tidak bisa diatasi langsung oleh para teknisi yang dikirim ke pelanggan.
- b. Indihome harus mampu menyelesaikan masalah. Misalnya dengan dapat membuktikan dapat menyelesaikan masalah lebih cepat dari yang dijanjikan kepada pelanggan. Selain itu sebaiknya karyawan Indihome harus memberikan perhatian secara personal kepada setiap

pelanggannya agar pelanggan merasa nyaman dengan Indihome dan berprasangka baik.

- c. Indihome dituntut untuk bersikap profesional. Misalnya dengan selalu tepat waktu dan menepati janjinya kepada pelanggan, dengan cara melatih dan mempersiapkan karyawan untuk meluangkan waktu untuk menanggapi keluhan pelanggan.
- d. Indihome harus lebih mementingkan keinginan pelanggannya. Misalnya menanggapi keluhannya dengan bijak dan memberikan kompensasi kepada pelanggan, karena Indihome menjual jasanya apabila pelanggan tidak puas maka akan merugikan Indihome sendiri.
- e. Karyawan Indihome harus lebih bisa bersikap profesional, karena mereka merupakan orang-orang yang bertanggung jawab secara langsung kepada pelanggan. Karyawan Indihome harus menjadikan pengunjung sebagai keutamaan. Dengan melayani dan memenuhi setiap kebutuhan dan keluhan pengunjung dengan tepat.
- f. Indihome dituntut untuk membuat para pelanggan kembali memercayainya. Indihome harus memperbaiki performanya agar pelanggan tidak beralih ke kompetitor dengan cara memberikan promo atau diskon kepada pelanggan yang loyal.
- g. Indihome harus bisa mengembangkan produk yang menarik. Misalkan dengan mendengarkan keluhan pelanggan sehingga Indihome tahu apa yang dibutuhkan oleh pelanggan sebenarnya. Serta penerapan produk yang baru sesuai dengan keadaan pasar agar tidak kalah bersaing.

- h. Telkom harus membuat Indihome sebagai anak perusahaan khusus, misalkan dengan memberikan gedung terpisah yang baru, layanan pengaduan pelanggan yang berbeda dengan Telkom dan pegawai yang baru yang benar benar kompeten dibidang televisi berlangganan.