

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini diantaranya:

- a) Untuk total hasil keseluruhan pada variabel kualitas jasa pada penelitian ini mendapatkan hasil positif. Hasil ini memberi gambaran bahwa sampai saat ini kualitas FastNet dapat memenuhi keinginan para pelanggannya baik dalam kualitas koneksi internet maupun kualitas layanan dari para karyawannya. Namun banyak responden yang memberikan respon negatif karena tidak mendapatkan ganti rugi yang setimpal ketika terjadi masalah teknis terhadap koneksi internet mereka dari FastNet. Sehingga para pelanggan FastNet merasa telah dirugikan.
- b) Pada hasil perhitungan variabel kepercayaan merek memberi gambaran bahwa FastNet cukup mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya. Layanan yang diberikan FastNet terbukti telah memenuhi keinginan para penggunanya, sehingga mereka lebih yakin dan percaya menggunakan FastNet. Dengan kualitas yang terus dijaga oleh FastNet bukan tidak mungkin membuat banyak penggunanya yang akan terus menggunakan FastNet dan tidak

beralih ke *provider internet* yang lain. Namun banyak responden yang merasa tidak yakin tidak akan kecewa terhadap layanan internet yang mereka dapat.

- c) Dengan mempertahankan kepercayaan para pelanggannya, membuat para pelanggan tersebut akan loyal terhadap FastNet. Selain para pelanggan akan terus berlangganan FastNet dan juga tak terpengaruh tawaran *provider internet* yang lain, mereka juga mungkin akan mereferensikan FastNet kepada orang lain. Sehingga bukan tidak mungkin pelanggan FastNet akan terus bertambah. Hal ini memberikan gambaran bahwa mendapatkan sifat loyal dari para pelanggan yang telah berlangganan lama lebih menguntungkan daripada menggantinya dengan pelanggan baru. Namun tarif harga paket FastNet masih dirasakan terlalu mahal bagi beberapa responden. Sehingga mereka akan berfikir kembali untuk menggunakan *provider internet* yang lain yang memiliki tarif harga yang lebih murah.

2. Variabel kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan FastNet. Karena nilai sig < 0,05.
3. Variabel kepercayaan merek juga berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan FastNet, karena nilai sig < 0,05.
4. Kedua variabel independen yaitu kualitas jasa dan kepercayaan merek juga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Karena nilai sig < 0,05. Dan variasi nilai loyalitas pelanggan

yang dijelaskan oleh variabel kualitas jasa dan kepercayaan merek sebesar 25,1%.

## 5.2 Saran – Saran

### 5.2.1 Saran Operasional

Berikut saran bagi ISP FastNet :

1. FastNet harus bisa menjaga kualitas internetnya, seperti menjaga koneksi internet agar terjamin kestabilannya. Contohnya seperti memperkuat jaringannya dengan memperkuat jumlah *bandwidth* pada satu wilayah. Juga dengan membatasi jumlah pelanggan untuk satu terminal server FastNet. Atau menambahkan terminal FastNet pada wilayah tersebut. Dan untuk mengatasi hasil yang didapat pada item 8 pada dimensi *assurance*, FastNet harus bisa untuk dapat memberikan penjelasan atau memberikan ganti rugi ketika terjadi masalah teknis yang membuat koneksi internet para pelanggannya terganggu. Seperti dengan memberikan diskon bagi para pelanggan yang mendapat masalah koneksi untuk bulan berikutnya. Atau memberikan penambahan kecepatan koneksi untuk beberapa waktu sebagai wujud permohonan maaf atas terjadinya masalah koneksi tersebut. Lalu pihak FastNet juga dapat memberikan pelatihan secara intensif kepada para karyawannya agar dapat lebih baik lagi menghadapi para pelanggannya.
2. Faktor tarif harga juga harus diperhatikan. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya, tarif yang ditawarkan haruslah terjangkau bagi semua golongan masyarakat. FastNet dapat membuat paket internet yang

memiliki tarif murah dibandingkan tarif yang ada sekarang. Tentu dengan penyesuaian pada kecepatan koneksi yang ditawarkan. Sehingga FastNet dapat bersaing dengan *provider internet* saingannya yang menawarkan tarif yang murah (seperti *provider internet wireless*) dan FastNet juga lebih dapat dijangkau oleh pelanggannya yang berstatus menengah kebawah.

### 5.2.2 Saran Akademis

Dan berikut saran bagi penelitian selanjutnya :

1. Penetapan jumlah sampel dalam penelitian selanjutnya lebih diperbanyak terutama karena pengguna FastNet bertambah setiap waktunya. Agar keragaman data yang mewakili populasi menjadi lebih baik.
2. Penentuan lokasi penelitian sebaiknya lebih meluas atau menyebar tidak sebatas di satu wilayah/lokasi saja, seperti mencakup seluruh wilayah yang sudah terjangkau jaringan FastNet. Agar data yang diperoleh nilainya lebih akurat.
3. Penelitian yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebaiknya tidak hanya dilihat dari satu atau dua variabel seperti kualitas jasa dan kepercayaan merek saja, tetapi variabel atau faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi hal tersebut seperti persepsi harga, promosi, kepuasan pelanggan dan sebagainya.