

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan **diterima** dan arah hubungannya **positif**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kualitas pelayanan merupakan salah satu penyebab munculnya kepuasan pelanggan pada pengunjung GraPari Telkomsel Jakarta. Apabila kualitas pelayanan tersebut meningkat, maka kepuasan pelanggan turut meningkat.
2. Hipotesis kedua menyatakan nilai yang dirasakan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan **diterima** dan arah hubungannya **positif**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan signifikan dari nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah nilai yang dirasakan merupakan salah satu penyebab munculnya kepuasan pelanggan pada pengunjung GraPari Telkomsel Jakarta. Apabila pengunjung GraPari semakin merasakan manfaat dari layanan yang didapat dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan, maka perasaan puas yang timbul dari pengunjung tersebut akan semakin besar.

3. Hipotesis ketiga menyatakan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan **diterima** dan arah hubungannya **positif**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kualitas pelayanan merupakan salah satu penyebab munculnya loyalitas pelanggan pada pengunjung GraPari Telkomsel Jakarta. Apabila kualitas pelayanan tersebut meningkat, maka pengunjung akan semakin setia untuk menggunakan layanan tersebut bahkan memberikan rekomendasi terhadap pengguna telkomsel yang lainnya.
4. Hipotesis keempat menyatakan nilai yang dirasakan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan **diterima** dan arah hubungannya **positif**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan signifikan dari nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah nilai yang dirasakan merupakan salah satu penyebab munculnya loyalitas pelanggan pada pengunjung GraPari Telkomsel Jakarta. Apabila pengunjung GraPari semakin merasakan manfaat dari layanan yang didapat dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan, maka kesetiaan pengunjung terhadap layanan tersebut semakin kuat.
5. Hipotesis kelima menyatakan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan **diterima** dan arah hubungannya **positif**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah

hubungan positif dan signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kepuasan pelanggan merupakan salah satu penyebab munculnya loyalitas pelanggan pada pengunjung GraPari Telkomsel Jakarta. Ketika harapan pengunjung saat mendapat pelayanan dari GraPari terpenuhi dan muncul perasaan puas, maka loyalitas pengunjung untuk menggunakan layanan tersebut semakin besar dan tidak akan beralih ke layanan lainnya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Seperti yang telah diketahui, Telkomsel merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan memiliki pengguna terbanyak. GraPari merupakan salah satu strategi untuk menambahkan pelayanan Telkomsel dalam menangani keluhan pelanggan mengenai produk yang dimiliki. Umumnya, mayoritas pelanggan yang mengunjungi gerai GraPari berusia lebih dari 33 tahun dan berstatus sebagai pekerja swasta. Penting bagi pihak GraPari untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pengunjung tidak merasa pelayanan yang diberikan buruk. Hal tersebut dapat dilakukan dengan kembali melakukan evaluasi terhadap prosedur standar yang harus dilakukan oleh karyawan, penambahan fasilitas penunjang seperti *charging port*, televisi, dan penambahan sofa untuk antri agar pengunjung tidak merasakan waktu tunggu yang lama dan merasakan suasana yang nyaman saat berada di gerai tersebut.

Nilai yang dirasakan oleh pengunjung akan muncul saat manfaat yang mereka dapatkan lebih besar dari pengorbanan yang keluar. Hal tersebut dapat menjadi acuan bagi GraPari untuk melihat apakah pelanggan lebih banyak mendapatkan manfaat saat berkunjung ke gerai tersebut. Selain itu, pemahaman ketika pelanggan memberikan keluhan dan pemberian solusi yang tepat dapat menumbuhkan asumsi bahwa pelanggan telah mendapatkan layanan yang sesuai serta pengorbanan yang mereka keluarkan pun relatif kecil.

Kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang positif. Hal tersebut dapat menjadi rekomendasi bagi GraPari untuk menciptakan strategi maupun teknik pelayanan baru agar pengunjung akan semakin merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Loyalitas pelanggan juga menunjukkan hasil positif, namun GraPari harus menentukan cara yang lebih efektif dan efisien dalam hal waktu pemberian pelayanan supaya menjadi lebih baik dari sebelumnya. Hal tersebut harus dilakukan karena mayoritas pengunjung GraPari berprofesi sebagai pekerja swasta dan tentunya mereka memiliki jadwal kerja yang padat sehingga membutuhkan waktu pelayanan yang lebih efisien saat mengunjungi gerai tersebut. Ketika GraPari dapat melakukan hal tersebut, maka dapat dipastikan loyalitas pengunjung semakin meningkat, bahkan memberikan rekomendasi untuk menggunakan jasa GraPari.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan kembali dengan menambahkan variabel lain dan objek penelitian yang sejenis. Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna dan tidak mungkin dapat digunakan secara berkelanjutan, karena zaman akan selalu berubah dan penelitian akan selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman tersebut. Maka dari itu, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel seperti *word of mouth* untuk melihat lebih dalam bagaimana kepuasan dan loyalitas pengunjung terbentuk melalui variabel tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan pada objek penelitian yang serupa, seperti Xplor milik XLAxiata dan Indosat Galeri.