

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Melalui hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 19.0 maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. INDOSAT maka para pelanggan Indosat akan merasa semakin puas.
2. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. INDOSAT maka para pelanggan Indosat akan merasa yakin terhadap perusahaan.
3. Kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan yang berarti bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap PT INDOSAT maka tingkat kepercayaan pelanggan terhadap PT. INDOSAT semakin baik.
4. Kepuasan pelanggan yang tinggi tidak meningkatkan loyalitas pelanggan berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan tidak membuat pelanggan menjadi loyal terhadap PT INDOSAT.

5. Kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang berarti semakin pelanggan yakin terhadap PT INDOSAT membuat pelanggan menjadi loyal terhadap PT INDOSAT.
6. Dalam penelitian ini, temuan yang di peroleh oleh peneliti yaitu terdapat 2 jalur diagram dalam penelitian ini, dimana :
  - A. Kualitas Pelayanan dapat membentuk Kepercayaan Pelanggan, dimana ketika sebuah Kepercayaan terbentuk maka berdampak terhadap Loyalitas Pelanggan.
  - B. Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, namun Kepuasan Pelanggan tersebut tidak langsung membuat pelanggan menjadi Loyal. Melainkan dari Kepuasan tersebut harus membentuk sebuah Kepercayaan yang kemudian membuat Pelanggan menjadi Loyal

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Belum ada pembagian proporsi wilayah, sehingga peneliti tidak dapat melihat kualitas layanan dari segi demografis.
2. Proporsi pembagian produk – produk indosat, karena setiap produk – produk dari indosat memiliki keunggulan masing - masing.

## **5.3. Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran – saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak –

pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk PT INDOSAT

- a. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kualitas layanan yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai kemudahan pelanggan dalam menyampaikan setiap keluhan. Bagi pihak PT INDOSAT diharapkan agar lebih memperhatikan dan memberikan kemudahan bagi pelanggan INDOSAT yang ingin menyampaikan setiap keluhan – keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini dapat dilakukan oleh PT INDOSAT dengan cara menambah kotak saran dan keluhan pelanggan. Karena dengan cara seperti itu, *line customer service* lebih mudah untuk dihubungi.
- b. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepuasan pelanggan yang paling rendah adalah item pernyataan keseluruhan yang telah diberikan Indosat kepada pelanggan, ini dapat menggambarkan bahwa para pelanggan masih merasa kurang puas terhadap apa yang telah diberikan oleh PT INDOSAT. Hal yang dapat dilakukan oleh PT INDOSAT yaitu dengan cara meningkatkan pelayanan baik dari sisi pelayanan *customer service* maupun juga dari sisi pelayanan produknya seperti yang terdapat dari kuesioner terbuka yaitu tentang kualitas jaringan dari produk – produk Indosat yang terkenal sinyalnya lemah di benak pelanggan.
- c. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepercayaan pelanggan yang paling rendah yaitu item pernyataan Indosat tidak akan mengecewakan

pelanggan. Dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa responden masih banyak yang merasa kecewa terhadap PT INDOSAT baik dari segi pelayanan *customer service* maupun dari segi kualitas layanan dari produk Indosat.

- d. Dilihat dari hasil olah data pada variabel loyalitas pelanggan yang paling rendah adalah item pernyataan akan berpindah pada *provider* lain. Dari hal ini menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan Indosat masih sangat lemah, dimana hal tersebut terjadi dikarenakan adanya ketidakpuasan pelanggan Indosat terhadap pelayanan *customer service* maupun terhadap kualitas dari produk – produk Indosat. Selain itu dari hasil pertanyaan di kuesioner terbuka dimana sebagian banyak responden ternyata juga menggunakan produk dari *provider* lain dengan berbagai macam alasan seperti :

1. Karena Indosat sinyalnya sering hilang
2. Harga yang mahal
3. Seringnya *pending* ketika mengirimkan SMS

Hal yang dapat dilakukan PT INDOSAT yaitu memperbaiki lagi kualitas jaringan yang selama ini menjadi masalah utama yang dirasakan oleh pelanggan Indosat.

## 2. Untuk Penelitian Berikutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih sesuai dengan asumsi *Goodness-of-Fit* Indeks, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah teori yang mampu mendukung dan menyempurnakan model.

- b. Dalam kuesioner perlu adanya tambahan dalam indikator pernyataan dari jurnal lain. Agar dapat mencakup keseluruhan kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa telekomunikasi.
- c. Perlu adanya tambahan proporsi wilayah dalam kuesioner , agar dapat mencakup keseluruhan wilayah di Surabaya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Naveed Tariqand Dan Nadia Moussaoui 2009 "The Main Antecedent of Customer Loyalty in Moroccan Banking Sector". *International Journal of Business and Management Science*. (December). Pp 101-115
- Bee Wah Yap, T Ramayah, Wan Nushazelin Wan Sahidan 2012, "Satisfaction and trust on customer loyalty : a PLS approach" *Journal Bussines Strategy Series*, vol. 13 PP 154-167
- Budi Prabowo 2008. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. ASTRA Surabaya.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang : Penerbit Bayu Media Publishing
- \_\_\_\_\_. 2009. *Service Marketing Esensi dan Aplikasi, Marknesis*. Yogyakarta : PT Alex Media Komputindo
- Farida Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa : Pendekatan Terpadu*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia
- Ferdinand Augusty.2002. *Structural Equation Modeling* dalam penelitian manajemen : aplikasi model – model rumit dalam penelitian untuk tesis magister dan disertai doktor. Semarang : BP.UNDIP
- Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisficstion*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Ilias Santouridis and Panagiotis Trivellas 2010. "Investigating the impact of service quality and customer satisfaction in mobile telephone in Greece". *The TQM Journal*. (March). Pp 330-343
- Imam Ghozali.2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver 19.0*. Semarang : BP.UNDIP
- Juliansyah Noor.2011. *Metodologi Penelitian Skripsi,Tesis,Dsertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana
- Kotler, Philp dan K. Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. New Jersey Penerbit *Prentice Hall*
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2010. *Marketing In Introduction*. New Jersey : Person
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran. Edisi keempat Indeks
- Micheal R. Solomon et al 2008. *Marketing Management*. New Jersey Penerbit *Prentice Hall*

- Minto Waluyo. 2009. *Panduan Equation Modeling*. Jakarta Penerbit Indeks
- Nina Rahmayanty 2010, "*Manajemen Pelayanan Prima*" Jakarta : Penerbit Graha Ilmu Yogyakarta
- Ovy Ayuning Nareswari. 2012. Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Loyalitas Empat Merek *Handphone* di Indonesia (ejournal s1.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/56/66)
- Pewarta – Kabar Indonesia. Di akses Mei 2010
- Publikasi Laporan ISAT 2010 <http://stockdata.indonesiainancetoday.com/file/pdf>
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Salemba empat.
- Solimun (2005), *Aplikasi Software Amos: Structural Equation Modeling*
- Sugiyono. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung Penerbit Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2009, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabet
- Wei-Ming Ou, Chia-Mei Shih,ChinYuan Chen,Kuo-Chang Wang 2011. "Relationship among customer loyalty programs,service quality,relationship quality and loyalty". *Journal Management Chinese Studies*. (Mei). Pp194-205