

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome di Surabaya. Artinya, peningkatan Kualitas Layanan akan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan.
2. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya. Artinya, peningkatan pada Kepuasan akan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya. Artinya, peningkatan Kepercayaan akan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagaiberikut:

- a. Sulit untuk berinteraksi dengan responden karena pembatasan waktu buka/tutup warung dan cafe karena adanya pandemi Covid-19 ini dan juga pembatasan akses masuk di setiap komplek rumah di berbagai daerah.
- b. Mencari responden dengan menyebarkan link kuesioner online saja tidak menjamin data tersebut tepat sasaran.
- c. Kuesioner penelitian ini tidak mengeksplorasi pekerjaan responden sehingga kurang mampu menjelaskan segmen konsumen pada pelanggan Wifi Indihome.
- d. Kuesioner penelitian ini juga tidak mengeksplorasi alamat/domisili dari para responden karena keterbatasan informasi mengenai pembagian antar batas wilayah masing-masing dari alamat responden tersebut. Keterbatasan ini menyebabkan segmen pelanggan berdasarkan domisili pelanggan Wifi Indihome tidak terungkap.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang diungkapkan sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada bisnis Indihome Surabaya
 - a. Hasil tanggapan pelanggan untuk item kualitas layanan khususnya tentang koneksi jaringan Wifi Indihome (KL5) menunjukkan sebagian besar menjawab ragu-ragu. Hal ini menjadi masukan bagi Indihome untuk

mengevaluasi kualitas koneksi internetnya yang mungkin sudah mulai tidak stabil.

- b. Hasil tanggapan pelanggan untuk item kepuasan khususnya tentang keseluruhan layanan Indihome (KP4) menunjukkan sebagian besar menjawab ragu-ragu. Hal ini menjadi masukan untuk Indihomememperhatikan kecakapan dan softskill dari teknisi Indihome yang mendatangi pelanggan dalam menangani perbaikan.
 - c. Hasil tanggapan pelanggan untuk item kepercayaan khususnya tentang penanganan permasalahan sesuai janji (KR3) menunjukkan sebagian besar menjawab ragu-ragu. Hal ini menjadi masukan untuk teknisi Indihome harus selalu memantau penanganan keluhan konsumen beberapa hari sebelum dan sesudah penanganan diselesaikan.
2. Kepada peneliti lain
- a. Sebelum 30 kuesioner diuji dalam sampel kecil akan perlu diminta pendapat responden (*face validity*) untuk memberi komentar-komentar mengenai item-item yang ada dalam kuesioner.
 - b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menetapkan persyaratan responden pengguna layanan internet yang sudah berlangganan lebih dari 1 tahun. Hal ini karena dalam kurun kurang dari satu tahun umumnya layanan internet masih stabil dan harga belum naik. Tapi jika di atas satu tahun, maka tantangan kualitas layanan internet sudah mulai bisa diuji.

DAFTAR RUJUKAN

- Aslam, W., Arif, I., Farhat, K., & Khurshed, M. 2018. "The Role of customer trust, service quality and value dimensions in determining satisfaction and loyalty: An Empirical study of mobile telecommunication industry in Pakistan". *Market-Tržište*, 30(2), 177-194.
- Berliansyah, R. A., & Suroso, A. 2018. "The Influence of Food & Beverage Quality, Service Quality, Place, and Perceived Price to Customer Satisfaction and Repurchase Intention". *Journal Of Research In Management*, 1(1).
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*". Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasiri, L. A., Cheng, K. T. G., Sambasivan, M., & Sidin, S. M. 2017. "Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 91-97.
- Leninkumar, V. 2017. "The relationship between customer satisfaction and customer trust on customer loyalty". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 450-465.
- Najib, M. F., & Sosianika, A. 2019. "Retail service quality, satisfaction, and trust: the key to shopper loyalty in the context of the Indonesian traditional market". *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 10(4), 425-440.
- Ngo, V. M., & Nguyen, H. H. 2016. "The relationship between service quality, customer satisfaction and customer loyalty: An investigation in Vietnamese retail banking sector". *Journal of Competitiveness*.
- Peng, L. S., & Moghavvemi, S. 2015. "The dimension of service quality and its impact on customer satisfaction, trust, and loyalty: A case of Malaysian banks". *Asian Journal of Business and Accounting*, 8(2).
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2010. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 5th edn. Wiley, Sussex.

Setiawan, H., & Sayuti, A. J. 2017. "Effects of service quality, customer trust and corporate image on customer satisfaction and loyalty: an assessment of travel agencies customer in South Sumatra Indonesia". *IOSR Journal of Business and Management*, 19(5), 31-40.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung . Alfabeta, CV

Solimun, Adji Achmad Rinaldo Fernandez, dan Nurjannah. 2017. *Metode Statistika Multivariat: Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Cetakan Kedua. Malang. UB Press.

