

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat usia responden sebagian besar adalah pada tingkat usia 20 – 30 tahun yaitu sebanyak 89 orang atau sebesar 80,9%, jenis pekerjaan sebagian besar adalah mahasiswa sebanyak 69 orang atau sebesar 62,7%, jenis kelamin sebagian besar adalah pria sebanyak 63 orang atau sebesar 57,3%, pendidikan terakhir sebagian besar adalah dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 60 atau sebesar 54,5% dan tingkat penghasilan sebagian besar adalah yang memiliki penghasilan dibawah Rp. 500.000 sebanyak 54 orang atau sebesar 49,1% dari 110 orang responden.
2. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis korelasi berganda ( $r$ ) diketahui bahwa besar  $R= 0,572$  yang artinya korelasi mendekati angka 1 dan lebih dari 0,5 menunjukkan bahwa antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang kuat dan positif, sedangkan koefisien determinasinya sebesar  $R^2 = 0,328$  atau 32,8%. Artinya 32,8% kepuasan konsumen disebabkan oleh variasi dimensi kualitas pelayanan, sedang sisanya sebesar 67,2% dipengaruhi

oleh variabel lain yang berada diluar dimensi kualitas pelayanan seperti sikap konsumen, produk yang ditawarkan, dan motivasi konsumen.

3. Dari analisis korelasi parsial dapat diketahui besarnya,

$r_{y1.234} = 0,404$  ( $P = 0,000$ ),  $r_{y2.134} = 0,441$  ( $P = 0,000$ ),  $r_{y3.124} = 0,266$  ( $P = 0,005$ ),  $r_{y4.123} = 0,368$  ( $P = 0,000$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Berdasarkan analisa regresi linier berganda yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dengan menggunakan bantuan SPSS berdasarkan analisis kuantitatif yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,814 + 0,163X_1 + 0,304X_2 + 0,188X_3 + 0,149X_4$$

Jadi dari kelima variabel kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa informasi 108 PT. Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang berdasarkan koefisien regresi adalah dimensi *Responsiveness* (sebesar 0,304) dimana memiliki nilai regresi paling besar dibanding yang lainnya dan dimensi *assurance* (sebesar 0,188) menempati posisi kedua serta dimensi *reliability* (sebesar 0,163) menempati urutan ketiga, adapun dimensi yang lain yaitu *Emphaty* tidak signifikan sebagai penaksir ketika diuji.

5. Masih ada kesenjangan atau GAP antara kualitas layanan harapan dengan kualitas layanan yang diterima adalah sebagai berikut:

- a. GAP *Reliability* sebesar (-0,627)
- b. GAP *Responsiveness* sebesar (- 0,495)
- c. GAP *Assurance* sebesar (-0,690)
- d. GAP *Empathy* sebesar (-0,481)

Dari keempat dimensi kualitas layanan data dapat dilihat bahwa pada semua dimensi masih terdapat GAP. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan masih dibawah harapan konsumen, pelayanannya masih dirasa kurang berkualitas, sehingga jasa layanan 108 PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang mendapat citra pelayanan yang negatif dari pelanggan. Dimensi yang paling perlu mendapatkan perhatian adalah *assurance* karena terdapat gap yang paling besar.

6. Hasil dari perhitungan untuk diagram kartesius adalah untuk  $\bar{x} = 3,1045$  dan untuk  $\bar{y} = 3,68$ , jadi penilaian konsumen terhadap mutu pelayanan jasa layanan informasi 108 PT Telkom AWG, Semarang terletak pada kuadran II atau kuadran B (pertahankan prestasi), yaitu pekerjaan bagus dimana pelanggan memberikan nilai tertinggi terhadap keistimewaan yang disediakan dan puas dengan performa keistimewaan (kepentingan dan performa yang tinggi). Jadi strategi yang harus digunakan untuk meningkatkan kepuasan

pelanggan jasa layanan informasi 108 PT Telkom AWG, Semarang adalah mempertahankan kualitas pelayanan pada dimensi reliability dan empathy.

## 5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis data dan kesimpulan, penulis menyampaikan beberapa saran yang bersangkutan dengan penelitian ini kepada manajemen PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan, yaitu antara lain:

1. Pihak manajemen jasa informasi 108 PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang perlu meningkatkan kualitas layanannya pada dimensi *Assurance*, karena dari hasil penelitian diperoleh bahwa pada dimensi tersebut memiliki indeks rata-rata yang paling kecil.
2. Guna mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan dapat membuat konsumen memberikan kepuasan konsumen, maka manajemen jasa informasi 108 PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang perlu melakukan survei terhadap kepuasan konsumen secara terus-menerus misalnya dengan menyediakan kotak saran atau dengan cara menanyakan langsung kepada konsumen yang datang ke PT Telkom Tbk, AWG Semarang.

3. Pihak manajemen jasa informasi 108 PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang perlu mempertahankan kualitas layanannya pada dimensi *emphaty* dan *reliability*, karena pada dimensi-dimensi ini memiliki nilai yang lebih tinggi dari kedua dimensi kualitas pelayanan yang lain.

