

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan menggunakan analisis PLS (*Partial Least Square*) mengenai Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Operator Selular PT. XL Axiata Tbk., maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Dengan hasil uji t-statistik yaitu nilai $t_{hitung} 3,400 > t_{tabel} 1,994$ yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Namun, hasil tersebut berlawanan dengan nilai rata-rata indeks yang termasuk dalam kategori Sedang. Yang artinya pengguna XL merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh XL. Akan tetapi pelayanan tersebut masih belum maksimal dan belum sesuai dengan apa yang diharapkan penggunanya.
- b. Variabel Harga tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan hasil uji t-statistik yaitu nilai $t_{hitung} 0,355 < t_{tabel} 1,994$ yang artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikansi $0,737 > 0,05$ (lebih besar dari 0,05), sehingga hipotesis kedua ditolak. Akan tetapi, nilai rata-rata indeks berada dalam kategori Sedang. Yang artinya pengguna XL merasa puas dengan harga yang ditawarkan XL. Namun, harga tersebut masih belum bisa mencerminkan kualitas dari XL.
- c. Variabel Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan hasil uji t-statistik yaitu nilai $t_{hitung} 1,067 < t_{tabel} 1,994$ yang artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikasnsi $0,286 > 0,05$ (lebih besar dari 0,05), sehingga hipotesis ketiga ditolak. Nilai rata-rata indeks berada dalam kategori Sedang. Yang artinya pengguna XL merasa puas dengan promosi yang diberikan oleh XL. Tetapi, apa yang dipromosikan atau dijanjikan XL masih belum sesuai dengan apa yang dirasakan oleh sebagian pengguna XL.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut :

- a. Penelitian ini hanya melakukan penyebaran kuesioner kepada 75 responden sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada hasil jawaban responden yang dikumpulkan pada kuesioner tersebut.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan pengguna produk XL baik itu prabayar atau pascabayar di wilayah Pondok Labu, Jakarta Selatan. Sehingga penelitian ini tidak dapat di generalisasi untuk kepuasan pelanggan di daerah manapun.
- c. Jumlah variabel yang digunakan terbatas yang hanya mencakup Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel lain guna menyempurnakan sebuah penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Pada variabel Kualitas Pelayanan, peneliti memberi saran agar perusahaan operator selular XL dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada penggunanya. Terutama dalam hal menumbuhkan kepercayaan terhadap konsumen dan kekuatan sinyal jaringan XL. Karena menurut peneliti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengguna XL, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh XL.
- b. Pada variabel Harga, peneliti memberi saran agar perusahaan operator selular XL dapat melakukan penyesuaian kembali mengenai harga yang ditawarkan oleh XL terhadap penggunanya atau calon pengguna produk XL. Agar harga yang ditawarkan XL sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan mampu mencerminkan kualitas dari produk XL. Maka, harapan peneliti adalah agar XL mampu untuk meningkatkan kembali performanya demi tercapainya kepuasan pelanggan.

- c. Pada variabel Promosi, peneliti memberi saran agar perusahaan operator selular XL dapat meningkatkan promosinya untuk mempertahankan penggunaannya dan menarik perhatian calon pengguna produk XL untuk menggunakan produk XL. Dan memberikan promo-promo menarik lainnya seperti paket internet *unlimited Youtube* atau media sosial. Agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan operator selular XL. Dan peneliti berharap XL mampu mewujudkan apa yang dijanjikan XL kepada penggunaannya melalui promosi dan performa dari XL.
- d. Bagi penelitian berikutnya dengan topik yang sama yaitu membahas mengenai Kepuasan Pelanggan. Peneliti berharap bahwa penelitian berikutnya dapat menemukan jawaban mengenai faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan variabel-variabel yang sama atau menggunakan variabel-variabel lain yang tidak diteliti atau diuji pada penelitian ini.

