

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis yang mengatakan variabel *product, price, place, promotion, people, process* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan listrik pra bayar pada PT. PLN (Persero) UPJ Way Halim dapat diterima, dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari tabulasi data didapat bahwa tanggapan responden mengenai variabel produk, harga, saluran distribusi, promosi, personal dan proses hanya sebatas cukup dengan nilai modus sebesar tiga. Tanggapan responden mengenai variabel produk yaitu cukup baik, tanggapan responden mengenai variabel harga cukup murah, tanggapan responden mengenai variabel saluran distribusi cukup baik, tanggapan responden mengenai variabel promosi cukup berhasil, tanggapan responden mengenai variabel cukup terampil serta ramah dan tanggapan responden mengenai variabel proses cukup cepat.
2. Hasil intepretasi tabel kontinum secara keseluruhan menunjukkan bahwa bauran pemasaran listrik prabayar PT.PLN (Persero) UPJ Way Halim dipersepsikan cukup baik oleh pelanggan. Walaupun demikian masih terdapat beberapa indikator pada sub-variabel yang dipandang belum bisa memenuhi harapan para pelanggan atau masih dipandang memiliki kinerja kurang baik, diantaranya pelanggan menilai bahwa jaminan keamanan dari instalatir bagi pelanggan listrik prabayar yang membeli sertifikat laik operasi belum

se penuhnya diperoleh pelanggan, biaya yang dikeluarkan untuk pengurusan listrik pra bayar masih dirasa mahal oleh pelanggan, tempat atau lokasi untuk membeli pulsa dirasa masih dirasa oleh pelanggan masih agak sulit, kecekatan dan keterampilan petugas yang dirasa belum sigap dalam menangani masalah yang ditimbulkan listrik prabayar.

3. Hipotesis pertama yang terdiri dari produk, saluran distribusi, promosi, personal dan proses berpengaruh positif dan searah tetapi hasil dari penelitian menyatakan bahwa hipotesis pertama yang berpengaruh positif searah hanya variabel promosi dan personal.

4. Hipotesis kedua yaitu variabel harga berpengaruh berlawanan arah dan negatif tetapi dari hasil penelitian didapat bahwa hipotesis kedua yang mempunyai pengaruh berlawanan arah dan negatif adalah produk, harga, saluran distribusi, dan proses.

5. Berdasarkan hasil intepretasi tabel kontinum menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) UPJ Way Halim berada pada tingkat cukup puas, walaupun demikian masih terdapat beberapa indicator pada sub-variabel yang dipandang oleh pelanggan belum mampu memberikan kepuasan yang dikarenakan memiliki kinerja yang kurang baik, diantaranya pelanggan belum merasa puas terhadap harga token/pulsa prabayar yang dirasa pelanggan cukup boros, pelanggan juga belum merasa puas atas produk prabayar itu sendiri yang tidak ada kesalahan dalam penghitungan rekening listrik setiap bulannya namun tidak demikian dalam faktanya produk prabayar dirasa lebih boros, hal ini juga dinilai pelanggan belum dirasakan dapat memenuhi harapannya.

6. Hasil uji dari koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat dan proses berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap kepuasan pelanggan listrik pra bayar PT PLN (Persero) UPJ Way Halim hal ini dikarenakan PLN

merupakan perusahaan monopoli dan jawaban responden pada nilai tiga (cukup puas), sedangkan variabel promosi dan personel berpengaruh signifikan dan positif dengan pengaruh terbesar pada variabel promosi sebesar 55,3% dan pengaruh terkecil pada variabel personal sebesar 43,2%.

## **5.2. Saran**

Dengan mendasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan, maka perlu peneliti sampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Variabel produk, harga, tempat dan proses berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap kepuasan pelanggan listrik pra bayar PT PLN (Persero) UPJ Way Halim sehingga manajemen PT PLN (Persero) UPJ Way Halim perlu meningkatkan strategi-strategi baru yang berkaitan dengan variabel produk, harga, tempat dan proses diantaranya adalah dengan membuat produk prabayar itu sendiri tahan dari tangan drop dan tidak sering eror saat pengisian pulsa, memberikan diskon terhadap pelanggan yang sering membeli pulsa dalam jumlah banyak setiap bulannya, meningkatkan kenyamanan tempat dan memperbanyak tempat pelayanan pembelian pulsa serta gangguan listrik prabayar, mempersingkat birokrasi kepengurusan listrik prabayar agar pelanggan-pelanggan PT PLN (Persero) UPJ Way Halim puas terhadap produk, harga, tempat dan proses yang diberikan dari UPJ Way Halim.
2. Variabel promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan listrik pra bayar PT PLN (Persero) UPJ Way Halim serta paling dominan diantara variabel bauran pemasaran yang lain sehingga pihak manajemen harus

mempertahankan dan meningkatkan promosi lebih gencar agar masyarakat semakin tahu kemanfaatan Listrik Prabayar dengan melakukan publisitas.

3. Variabel *personal* memiliki koefisien regresi positif dan signifikan yang terkecil. Sehingga pihak manajemen UPJ Way Halim perlu secara intensif melakukan pelatihan dan pemberdayaan petugas dalam hal meningkatkan ketrampilan responsifnya, kemampuan, maupun perhatian terhadap petugas listrik prabayar.