BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X) pada kepuasan (Y). Serta pernyataan hipotesis kedua yang menyebut ada pengaruh positif antara kepuasan (Y) pada word of mouth (Z), yang dapat dibuktikan dengan nilai t hitung pada variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan lebih besar dari t tabel yaitu 1,984.
- 2. Hasil riset ini mendukung riset yang terdahulu seperti riset yang dilakukan oleh Chaniotakis dan Costantine (2009), Maxham (2001), Ardani dan Ni Wayan (2010), Ahmad (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Layanan pada Kepuasan dan Kepuasan pada Word Of Mouth.
- 3. Jika dilihat dari hasil koefisien regresi pada kualitas layanan pada kepuasan maka empati merupakan penentu terbesar dalam terciptanya kepuasan pada konsumen, diikuti dengan kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan bukti fisik yang paling terkecil pengaruh nya terhadap kepuasan.

5.2 Saran

Riset ini menyimpulkan bahwa ada dua saran yang dikemukakan, yaitu saran pertama untuk pihak manajemen perusahaan, dan saran kedua untuk penelitian selanjutnya.

- 1. Untuk manajemen perusahaan:
 - a) Perusahaan PT Telkom khususnya pada produk simPATI sebaiknya mempertahankan variabel kualitas layanan khususnya pada variabel empati (*emphaty*), karena memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada paket internet simPATI. Hal itu dapat dilakukan dengan cara:
 - Karyawan Telkomsel lebih meningkatkan lagi kemampuan berkomunikasinya.
 - Karyawan Telkomsel sebaiknya selalu ramah melayani konsumen, sehingga terasa nyaman saat saling berinteraksi.
 - b) Perusahaan PT Telkom khususnya pada produk simPATI sebaiknya meningkatkan variabel kualitas layanan khususnya pada variabel bukti fisik (*tangible*), karena memiliki pengaruh paling kecil terhadap kepuasan konsumen pada paket internet simPATI. Hal itu dapat dilakukan dengan cara:
 - Melengkapi keterangan informasi tentang suatu tempat yang ada di dalam bangunan perusahaan.
 - Karyawan Telkomsel sebaiknya lebih meningkatkan lagi dalam hal berpakaian yang rapi.

 Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat mengembangkan penggunaan objek perusahaan jasa lainnya, untuk dapat membandingkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan jumlah sampel relatif besar.