

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap kepuasan pelanggan produk Telkomsem Bekasi Utara, berdasarkan nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai Fhitung sebesar 194,094 ($F_{hitung} > F_{tabel}$, $194,094 > 3,09$). Besar pengaruh nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,800 atau 80% yang berarti kepuasan konsumen dipengaruhi oleh nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan sebesar 80%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Variabel nilai pelanggan (X_1) setelah dilakukan uji hipotesis memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 yang mempunyai arti bahwa adanya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Besarnya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang

memiliki nilai sebesar 0,735 atau 73,5% yang berarti pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu tinggi.

3. Variabel pengalaman pelanggan (X_2) setelah dilakukan uji hipotesis memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 yang mempunyai arti bahwa adanya pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Besarnya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,745 atau 74,5% yang berarti pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini saran yang dapat disampaikan kepada perusahaan Telkomsel yaitu setelah dilakukan analisis koefisien determinasi bahwa nilai pelanggan dan pengalaman memberikan pengaruh lebih dari 50% terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 80%, maka penulis memberikan saran kepada Telkomsel :

1. Untuk mempertahankan nilai pelanggan yang lebih baik lagi perlu memperhatikan nilai kualitas produk dan nilai harga yang kompetitif dan terjangkau oleh konsumen.
2. Untuk mempertahankan pengalaman pelanggan yang lebih baik lagi perlu memperhatikan kualitas produk yang diberikan dan harga yang ditawarkan

untuk konsumen serta pelayanannya agar tercipta rasa baik dibenak konsumen.

3. Pihak Telkomsel untuk mempertahankan ataupun meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan pengguna Telkomsel dan pengalaman pelanggan secara bersamaan agar tercipta kepuasan konsumen.

