

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, yaitu analisis regresi linear berganda, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hipotesis pertama, terbukti bahwa kualitas layanan internet memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh yang positif ini menandakan bahwa semakin baik layanan internet yang diberikan maka kepuasan pelanggan pengguna jasa layanan Telkomsel akan meningkat.
2. Hipotesis kedua membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dalam hipotesis ketiga terbukti bahwa karyawan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Hipotesis keempat menjelaskan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Implikasi Manajerial

Dalam penelitian ini, sebagai perusahaan penyedia jasa layanan internet terbesar di Indonesia tidak mudah bagi Telkomsel untuk dapat menjaga pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang sama setiap waktunya. Kualitas layanan yang

diberikan harus ditingkatkan guna menjaga standar kepuasan yang telah dibangun. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan memiliki persepsi bahwa produk yang ditawarkan dan layanan yang diberikan Telkomsel sangat baik. Kepuasan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan kedepannya, pelanggan akan dengan senang hati menyarankan calon pelanggan lainnya untuk memakai jasa layanan Telkomsel.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi perusahaan yang harus dilakukan dengan baik dan diimplementasikan sesuai dengan standar kinerja perusahaan sehingga dapat mencapai target yang diinginkan, seperti menjadi pemimpin pasar (Supranto, 2011). Pelanggan pengguna jasa layanan internet menginginkan kualitas layanan yang stabil, seperti kualitas jaringan dan kecepatan internet yang didapatkan.

Karyawan berperan sebagai garda depan ketika pelanggan mengalami keluhan atau membutuhkan bantuan atas masalah yang dialami. Pelayanan yang maksimal akan membentuk persepsi pelanggan bahwa perusahaan tersebut memiliki kualitas layanan yang baik, dari segi produk jasa berupa layanan internet maupun jasa pelayanan pelanggan.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan implikasi manajerial di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Menurut hasil yang telah diteliti, sebagian besar responden memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kualitas layanan internet. Namun, dari sejumlah pernyataan yang diberikan, responden memberikan penilaian terendah pada pernyataan “kecepatan internet tetap stabil walaupun pada jam sibuk”. Artinya, Telkomsel belum memiliki kecepatan internet yang stabil terutama pada jam sibuk. Oleh sebab itu diharapkan Telkomsel dapat memberikan perhatian secara khusus pada kestabilan kecepatan internet yang diberikan, sehingga pengalaman menggunakan internet yang cepat dan stabil dapat dirasakan pelanggan dengan maksimal.
2. Setelah dilakukan analisis, kualitas karyawan juga termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa karyawan telah bekerja melayani pelanggan dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan baik. Namun dalam hasil analisis ini juga ditemukan bahwa beberapa responden memberikan penilaian lebih rendah pada pernyataan “karyawan Telkomsel memberikan pendekatan secara pribadi dengan saya”. Hasil ini tentu mengindikasikan bahwa karyawan masih belum sepenuhnya memahami konsumen secara emosional. Pendekatan secara pribadi dirasa penting karena pelanggan ingin merasa bahwa mereka dipedulikan sehingga karyawan akan menangani masalah mereka secara serius. Kekurangan ini perlu segera diperbaiki, peningkatan kualitas karyawan secara khusus dalam

hal ini perlu dilakukan sehingga akan mengurangi peluang pelanggan kecewa akan layanan yang diberikan.

5.3.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, disarankan agar menambahkan variabel dependen lain seperti loyalitas pelanggan dan beberapa variabel lainnya. Selain itu, objek penelitian juga dapat diperluas pada perusahaan penyedia jasa layanan internet lainnya yang menjadi kompetitor Telkomsel maupun pemain baru dalam pasar. Disarankan juga bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan satu variabel dependen saja. Hal ini akan lebih baik karena penelitian akan lebih terfokus.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut tentunya merupakan suatu kelemahan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain sulitnya peneliti memantau secara langsung proses pengisian data oleh responden dikarenakan kuesioner yang digunakan adalah kuesioner non fisik yang disebarakan secara daring.

Hal lain yang juga menjadi keterbatasan adalah sistem seleksi responden yang belum sempurna pada kuesioner. Dalam penelitian ini responden yang dibutuhkan adalah pengguna aktif produk Telkomsel dan pernah mengunjungi gedung pusat layanan GraPARI. Namun hanya terdapat satu pertanyaan seleksi yang menyinggung

soal pengalaman berkunjung saja, tidak memastikan apakah responden juga pengguna aktif atau bukan.

Penelitian ini tidak terlepas dari kelemahan yang ada, salah satunya adalah data responden berupa demografi usia, jenis kelamin, serta jenis pekerjaan tidak terpakai pada proses analisis sehingga menjadikan kuesioner sedikit lebih tidak ringkas pada bagian pertama.



DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, F. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1.
- Andrianto, T. (2016, Desember 13). *Keluhan Pelanggan Telkomsel*. Retrieved from republika.com: <https://www.republika.co.id/berita/koran/opini-koran/16/12/13/oi40o66-keluhan-pelanggan-telkomsel>
- Antara. (2020, November 7). *Perang Harga Industri Telekomunikasi di Masa Pandemi*. Retrieved from medcom.id: <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/0kp4O67k-perang-harga-industri-telekomunikasi-di-masa-pandemi>
- Antara. (2020, Oktober 19). *Tak Mengherankan, Ini 10 Alasan Mengapa Harga Paket Telkomsel Mahal*. Retrieved from antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/1791701/tak-mengherankan-ini-10-alasan-mengapa-harga-paket-internet-mahal>
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bougie, U. S. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wesley & Sons Ltd.

CNN. (2015, Maret 23). *Tarif Internet Indonesia Kok Mahal?* Retrieved from cnnindonesia.com:

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150323081129-185-41046/tarif-internet-telkomsel-kok-mahal>

Databoks. (2020, November 11). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta.* Retrieved from databoks.katadata.co.id:

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-196-7-](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-196-7-juta#:~:text=Hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa,9%25%20dibandingkan%20pada%202018%20lalu.)

[juta#:~:text=Hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa,9%25%20dibandingkan%20pada%202018%20lalu.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-196-7-juta#:~:text=Hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa,9%25%20dibandingkan%20pada%202018%20lalu.)

Djatmiko, Y., & Adartha, C. V. (2018). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di The Singhasari Resort Batu. *Jurnal Hospitality dan Manajemen.*

eMarketer. (2021, April 1). *Top 10 Countries, Ranked by Average Daily Time Spent Using Social Media According to Urban Internet Users Worldwide, 2020 (hours:minutes).* Retrieved from emarketer.com:

<https://www.emarketer.com/chart/246049/top-10-countries-ranked-by-average-daily-time-spent-using-social-media-according-urban-internet-users-worldwide-2020-hrsmins>

Frinka. (2018, Oktober 12). *Kecewa dengan Layanan Customer Service Grapari Telkomsel.* Retrieved from news.detik.com: <https://news.detik.com/suara->

pembaca/d-4237050/kecewa-dengan-layanan-customer-service-grapari-telkomsel

Ghony, D., & Almanshur, F. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Malang: UIN-Malang Press.

Gischa, S. (2020, Januari 24). *Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapan Harga*.

Retrieved from [kompas.com](https://www.kompas.com):

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya>

Goetsch, & Davis. (2013). *Quality Management, Fourth Edition*. Cram101 incorporated.

Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Vol. 4 No. 1*, 37-44.

Harmony. (2020, Agustus 31). *Mengetahui Perbedaan Blue Ocean dan Red Ocean*.

Retrieved from [harmony.co.id](https://www.harmony.co.id): [https://www.harmony.co.id/blog/mengetahui-perbedaan-blue-ocean-dan-red-](https://www.harmony.co.id/blog/mengetahui-perbedaan-blue-ocean-dan-red-ocean#:~:text=Sedangkan%20strategi%20Red%20Ocean%20adalah,yang%20sama%20dengan%20pebisnis%20lainnya)

[ocean#:~:text=Sedangkan%20strategi%20Red%20Ocean%20adalah,yang%20sama%20dengan%20pebisnis%20lainnya](https://www.harmony.co.id/blog/mengetahui-perbedaan-blue-ocean-dan-red-ocean#:~:text=Sedangkan%20strategi%20Red%20Ocean%20adalah,yang%20sama%20dengan%20pebisnis%20lainnya).

Hsieh, Y., & Chou, Y. (2018). Modeling the Impact of Service Innovation for Small and Medium Enterprises: A System Dynamics Approach. *Simul. Model. Pract. Theory*, 82, 84-102.

- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 128-140.
- Indrawati, A. D. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan Vol. 7 No. 2*, 135-143.
- Jatmiko, L. D. (2020, November 5). *Pola Konsumsi Berubah Operator Seluler Siapkan Strategi*. Retrieved from teknologi.bisnis.com: <https://teknologi.bisnis.com/read/20201105/101/1314211/pola-konsumsi-berubah-operator-seluler-siapkan-strategi>
- Jatmiko, L. D. (2021, Maret 3). *Pandemi dan Kompetisi yang Ketat Tekan Pendapatan Operator*. Retrieved from teknologi.bisnis.com: <https://teknologi.bisnis.com/read/20210303/101/1363394/pandemi-dan-kompetisi-yang-ketat-tekan-pendapatan-operator>
- Joudeh, J. M., & Dandis, a. O. (2018). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers. *International Journal of Business and Management*, 108-122.
- Joudeh, Jamal M. M.; Ala' O. Dandis. (2018). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalti in an Internet Service Providers. *International Journal of Business and Management*, 108-120.
- Kartika. (2020, Januari 31). *Blue Ocean Strategy*. Retrieved from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/blue-ocean-strategy/>

- Kasiram, M. (2008). Metodologi Penelitian. In I. M. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (p. 149). Malang: UIN-Malang Pers.
- Kompas. (2019, April 9). *Pelayanan Buruk, Pulsa Terpotong, Namun Kuota Tidak Masuk*. Retrieved from inside.kompas.com: <https://inside.kompas.com/tanggapan/read/58067/Pelayanan-Buruk-Pulsa-Terpotong-Namun-Kuota-Tidak-Masuk>
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, A. (2017). Pengaruh Kompensasi, Motivasi, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Adisatria Abadi Yogyakarta. *UAJY*, 16-17.
- Latipun. (2011). *Psikologi Eksperimen*. Malang: UMM Pers.
- Majid, S. A. (2015). *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: PT Rajagafindo Persada.
- Mengenal Sejarah Internet*. (2019, Maret 13). Retrieved from cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190312125646-185-376484/mengenal-sejarah-internet>
- Nirwana. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alta.
- Penjaitan, J. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11*, 265-289.

- Pertiwi, W. K. (2020, Agustus 12). *Pelanggan IndiHome Keluhkan Susahnya Proses Berhenti Berlangganan*. Retrieved from tekno.kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2020/08/12/12310057/pelanggan-indihome-keluhkan-susahnya-proses-berhenti-berlangganan?page=all>
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal 1*, 1-8.
- Purbarani, V. H. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian "Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang". *Diponegoro Journal of Management*, 2 (3), 1-9.
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN (STUDI PADA PENGUNJUNG DOMESTIK TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1-11.
- Rambler, Y. (2019). Pengaruh Sistem Penghargaan dan Komitmen Afektif Terhadap Kinerja dan Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Mensa Binasukses Yogyakarta. *UAJY*, 1-70.
- Riyadi, M. (2013, April 2). *Pengertian, Faktor, dan Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Retrieved from kajianpustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>

- Roheni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica, Vol. 2*, 312-318.
- Ryadi, M. (2017, September 17). *Karakteristik, Strategi, dan Fungsi Experiential Marketing*. Retrieved from kajianpustaka.com: [https://www.kajianpustaka.com/2017/09/karakteristik-strategi-fungsi-experiential-marketing.html#:~:text=Menurut%20Smilansky%20\(2009%3A13\),dan%20menambah%20nilai%20target%20audiens](https://www.kajianpustaka.com/2017/09/karakteristik-strategi-fungsi-experiential-marketing.html#:~:text=Menurut%20Smilansky%20(2009%3A13),dan%20menambah%20nilai%20target%20audiens).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands*. New York, USA: Free Press.
- Speedtest. (2021, Juli 31). *Ranking Mobile and Fixed Broadband Speeds from Around the World on a Monthly Basis*. Retrieved from speedtest.net: <https://www.speedtest.net/global-index#mobile>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA*, 729-742.
- Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimensi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3*, 729-742.
- Sulistiyawati, N. M., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, 2318-2332.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Citra.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Citra.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tempo.co. (2011, September 26). *Survei: Internet Termasuk Kebutuhan Pokok*. Retrieved from tekno.tempo.co: <https://tekno.tempo.co/read/358326/survei-internet-termasuk-kebutuhan-pokok/full&view=ok>

- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tseng, M., Wu, K., Chiu, A., Lim, M., & Tan, K. (2018). Service Innovation in Sustainable Product Service Systems: Improving Performance Under Linguistic Preferences. *Int. J. Prod. Econ.*, 203, 414-425.
- Wikanrias. (2020, Agustus 27). *Pengalaman Menjadi Customer Service di GraPARI Telkomsel*. Retrieved from wikanrias: <https://www.wikanrias.com/2020/08/pengalaman-menjadi-customer-service-di.html>
- Wikhamn, W. (2019). Innovation, Sustainable HRM and Customer Satisfaction. *Int. J. Hosp. Manag.*, 76, 102-110.
- Yang, Y., Li, Z., & Su, Y. (2018). The Effectiveness of Service Innovation Practices to Reducw Energy Consumption Based on Adaptive Theory. *Sustainability*, 1-16.
- Yuliawan, E. &. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill*.

Yuliawan, J. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill*.

Zhang, J., Xie, H., Li, H., Timothy, R., Pu, S., Deng, Q., & Jin, W. (2018). Integrated Framework of Growth management for Identification of Service Innovation Levels and Priorities. *Sustainability*, 10, 1-33.

