

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Chiou dan Droge (2006), dengan penyederhanaan variabel konstruk yang disesuaikan dan mengacu pada objek penelitian. Setelah melalui pengumpulan data dan analisis hasil penelitian mengenai kualitas jasa, kepuasan dan kepercayaan mahasiswa FISIP UI terhadap kesetiaan produk CDMA Esia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Melalui uji regresi linear, didapatkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas jasa terhadap kesetiaan pelanggan CDMA Esia mahasiswa FISIP Universitas Indonesia. Akan tetapi nilai signifikansi pengaruh yang dihasilkan sangat lemah.
- 2) Analisis regresi linear antara variabel kepuasan terhadap kesetiaan (*loyalty*) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara kepuasan terhadap pembentukan kesetiaan pelanggan CDMA Esia mahasiswa FISIP Universitas Indonesia. Nilai signifikansi yang dihasilkan adalah yang terbesar dibandingkan dengan dua variabel bebas yang lain.
- 3) Analisis regresi linear antara variabel kepercayaan terhadap kesetiaan (*loyalty*) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara kepercayaan pelanggan CDMA Esia mahasiswa FISIP Universitas Indonesia terhadap pembentukan kesetiaan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Setelah mendapatkan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran dan masukan untuk menyempurnakan penelitian-penelitian yang akan datang. Saran tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan software pengolah data LISREL, agar kesimpulan yang dihasilkan lebih akurat. Namun, software pengolah data LISREL ini memang cukup sulit tingkat penggunaannya, sehingga harus dipelajari terlebih dahulu dengan baik.
- 2) Pada penelitian yang akan datang bila ingin kembali menguji model konstruk yang sama, sebaiknya melakukan uji pengaruh pada segmen sampel yang berbeda. Karena sampel pada penelitian ini belum bisa sepenuhnya merepresentasikan keterwakilan pada sampel lainnya di tingkat populasi.
- 3) Pada penelitian yang akan datang bila ingin kembali menguji model konstruk yang sama, peneliti menyarankan untuk melakukan uji pengaruh variabel kualitas jasa kepada variabel independen secara langsung. Jadi kualitas jasa diuji secara tidak langsung terhadap kesetiaan (variabel dependen).
- 4) Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan mendalam dari responden mengenai variabel-variabel yang diujikan, peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan jumlah indikator penelitian dan melengkapi dengan indikator ataupun dimensi yang *reliable* dengan objek penelitian serta konteks sampel penelitian.

5.2.2. Saran Untuk Lingkup Manajerial

Saran yang diajukan peneliti untuk kepada pihak manajerial perusahaan terkait dengan pengukuran tingkat kesetiaan pelanggan CDMA Esia pada mahasiswa adalah sebagai berikut :

- 1) Esia dalam hal ini Bakrie Telecom hendaknya memperbaiki kualitas jasa (*service quality*) produknya. Karena sesungguhnya kualitas jasa dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap pembentukan kepuasan (*satisfaction*) di kalangan pelanggan.
- 2) Bakrie Telecom hendaknya memformulasikan strategi bersaing dan taktik pemasarannya dimulai dari penciptaan kepuasan dan

kepercayaan pada diri pelanggan. Karena kalau pihak manajerial ingin mempertahankan pelanggannya dan mendapatkan loyalitas dari pelanggan yang ada saat ini, perlu berfikir untuk meningkatkan level kepuasan serta kepercayaan pada pelanggannya.

- 3) Faktor-faktor lainnya diluar faktor kualitas jasa, kepuasan dan kepercayaan juga perlu mendapatkan perhatian dari pihak manajerial perusahaan jika ingin mempertahankan pelanggannya. Karena dalam industri telekomunikasi, pelanggan-pelanggan lama juga perlu mendapatkan perhatian dan perlakuan yang baik dan memuaskan untuk menjaga mereka tetap setia dan tidak berpindah kepada *provider* seluler pesaing.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian yang dilakukan, peneliti mencatat beberapa hal yang menjadi keterbatasan pada penelitian ini, keterbatasan penelitian itu adalah sebagai berikut :

- 1) Beberapa faktor yang cukup penting tidak diujikan ke dalam model konstruk penelitian. Oleh karena itu untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana penciptaan kesetiaan di kalangan pelanggan CDMA Asia, ada baiknya pada penelitian selanjutnya peneliti dapat menambahkan variabel-variabel konstruk lain.
- 2) Penelitian ini dilakukan dalam konteks segmen mahasiswa FISIP Universitas Indonesia saja. Hal ini hendaknya menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk mengaplikasikan hasil studi kepada konsumen diluar mahasiswa FISIP Universitas Indonesia. Karena dengan semakin bertambahnya jumlah sampel yang akan diuji, semakin teruji pula secara empiris penelitian tersebut. Selain itu walaupun mahasiswa juga merupakan konsumen, namun generalisasi dari hasil penelitian ini ke populasi lainnya pun harus dilakukan dengan hati-hati. Hal ini disebabkan karakteristik responden penelitian

ini memiliki perbedaan secara kebiasaan dan mungkin kebudayaan yang berbeda dengan tempat lain.

- 3) Kriteria responden penelitian ini hanya dibatasi pada mahasiswa FISIP Universitas Indonesia. Sementara Civitas Akademika FISIP Universitas Indonesia lainnya seperti Dosen, karyawan birokrat kampus, pegawai perpustakaan, *office boy*, dan lain-lain tidak ikut disertakan dalam kriteria responden penelitian ini.

