



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan data pada penelitian ini tidak memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan dan untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid seluruh variabel memiliki realibiitas atau konsistensi pengukuran yang baik.

Berdasarkan model struktural dari keempat hipotesis penelitian yang diajukan ternyata hasil hipotesis tidak semuanya sesuai dengan hasil temuan Tung (2010) Sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Perceived Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Value*.

Hal ini menunjukkan jika kualitas kartu Axis baik maka *value* yang akan dirasakan konsumen akan meningkat.

2. *Perceived Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan jika semakin baik kualitas yang diberikan kartu Axis maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat

3. *Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa jika seseorang merasa *value* yang diberikan oleh Kartu Axis sangat tinggi, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
4. *Brand Image* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa kesan seseorang ketika memakai Axis melebihi apa yang mereka harapkan, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
5. *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan untuk melakukan pengecekan pulsa atau paket internet, dan *registrasi* paket internet tidak sesuai dengan tingkat kepuasan konsumen kartu Axis.
6. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh negatif terhadap *Customer Complaint*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen tidak merasa puas dengan apa yang diharapkan, maka konsumen akan melakukan komplain.
7. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen merasa puas dengan apa yang diharapkan, maka tingkat loyalitas konsumen akan semakin meningkat.

8. *Customer Complaint* memiliki pengaruh negatif terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika tingkat komplain dari konsumen tinggi, maka tingkat loyalitas konsumen akan semakin menurun.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Complaint* memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*. Dan *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

Maka saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Axis diharapkan segera perlu mengembangkan jaringan 4G untuk dapat meningkatkan *quality* dibidang layanan data, sehingga dengan adanya jaringan 4G maka kualitas internet akan semakin membaik dari segi kecepatan, kestabilan yang lebih baik. Untuk harga diharapkan Axis memberikan harga paket internet 4G yang cukup terjangkau dengan kuota yang sesuai untuk pelanggan yang kebanyakan anak muda.

Axis diharapkan memberikan akses gratis untuk mengakses website atau sosial media seperti Facebook, Kaskus, dan Twitter yang memang sering sekali diakses oleh anak muda. Axis juga diharapkan menyediakan tempat wifi gratis di tempat ramai seperti *café, restaurant*, tempat nongkrong, dan berbagai mall di kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan bagi pengguna kartu Axis.

Peneliti juga menyarankan agar Axis harus tetap menjaga koneksi jaringannya, sehingga ketika Axis sedang mengalami gangguan, Axis harus cepat mengatasi gangguan tersebut dengan cara memberikan kepastian yang jelas kapan gangguan tersebut selesai, dan jika tidak bisa diselesaikan dengan cepat, maka Axis seharusnya memberikan kompensasi berupa kuota tambahan bagi pelanggan yang terkena gangguan.

Axis juga harus segera mempromosikan kembali kartu internet Axis di berbagai media seperti TV, radio, majalah, media sosial, dan banner di berbagai jalan. Seperti yang mereka lakukan dulu ketika Axis pertama kali masuk ke pasar operator telekomunikasi di Indonesia, mereka begitu gencar dalam melakukan promosi. Sekarang pun harus mereka lakukan kembali, agar tetap menyampaikan pesan bahwa Axis masih ada, dan akan memberikan kualitas yang lebih baik lagi.

### **5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini tentu saja jauh dari sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan sehingga memerlukan penyempurnaan untuk peneliti di masa yang akan

datang. Berikut beberapa saran yang memungkinkan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mendapatkan responden yang berada di pulau Sulawesi dan Bali dikarenakan dalam penelitian ini tidak ada responden yang mewakili pulau tersebut, agar tiap daerah benar-benar dapat diwakili oleh jawaban yang ada pada penelitian.
2. Dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah pengeluaran pulsa per bulan untuk berinternet, sehingga peneliti menyarankan untuk di penelitian selanjutnya menambahkan berapa jumlah pengeluaran untuk membeli pulsa setiap bulannya, sehingga tingkat loyalitas dapat diteliti lebih baik lagi.
3. Menambahkan kriteria responden pengguna kartu internet Axis digunakan sebagai provider utama atau provider kedua.
4. Menambahkan pertanyaan di kuesioner tentang apa saja yang dikeluhkan pelanggan terhadap kartu internet Axis dalam bentuk *open question*.
5. Dalam penelitian diketahui hasil dari variabel *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Dikarenakan peneliti memilih indikator yang tidak sesuai, yaitu seperti pengecekan pulsa, dan *registrasi* pake internet, yang semua orang bisa melakukannya di setiap operator. Maka dari itu peneliti menyarankan agar untuk di penelitian selanjutnya menambahkan kriteria pengguna

Axis yang telah menggunakan aplikasi Axis Net, yaitu sebuah aplikasi yang bisa di *download* ke dalam *smartphone* pelanggan, untuk mengetahui informasi seperti pulsa, data internet, masa aktif, dll. Jadi apakah dengan kemudahan menggunakan aplikasi tersebut dapat meningkatkan *Customer Satisfaction*.

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is displayed. It features a circular emblem with a stylized building or tower structure inside, and the letters 'UMMN' written in a bold, sans-serif font below the emblem.