

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis dan pendekatan eksplorasi dengan kondisi yang terjadi di lapangan maka dapat diambil kesimpulan sesuai dengan fokus pembahasan dalam penyajian informasi yang ada. Adapun didapatkan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya jika Kualitas Pelayanan semakin baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini dapat dilihat tingkat signifikansinya variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana pada dimensi *Assurance* pada variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan hubungan yang paling dominan dengan dimensi *Comparison of Ideal* pada variabel Kepuasan Pelanggan.
2. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya jika Promosi yang diberikan oleh *Sales* semakin baik maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat. Hal ini dapat dilihat tingkat signifikansinya variabel Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana pada dimensi *Sales Promotion* pada variabel Promosi menunjukkan hubungan yang paling dominan dengan dimensi *Comparison of Ideal* pada variabel Kepuasan Pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya jika Kualitas Pelayanan dan Promosi semakin baik maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat. Hal ini terbukti dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang menyatakan Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,824. Angka ini dapat diinterpretasikan bahwa 82,4% varian yang ada pada variabel Kepuasan Pelanggan dapat diprediksi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi, sedangkan 17,6% berasal dari variabel-variabel bebas lainnya sebagai penentu tingginya kepuasan pelanggan.

Secara deskriptif, didapatkan bahwa mayoritas rentang usia ada di kisaran 26-35 tahun (40,2%) dan 36-45 tahun (45,3%), dan jenjang pendidikan mayoritas S1 (82,1%) dan S2 (12,8%). Hal ini menunjukkan bahwa bidang pekerjaan yang digeluti di lingkungan PT. Synnex Metrodata Indonesia dengan para *reseller*-nya membutuhkan tingkat pendidikan yang cukup tinggi dan dilakukan oleh usia produktif kerja, sehingga setiap tindakan perbaikan yang hendak dilakukan harus dipikirkan secara strategik dan mampu menghasilkan tingkat pengaruh yang signifikan.

6.2. Saran

Dari hasil penelitian diatas, penulis mencoba memberikan saran yang dapat dijadikan masukan bagi management PT. Synnex Metrodata Indonesia yang didasarkan pada kajian teori dan pemahaman penulis:

6.2.1. Bagi Perusahaan

1. Berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti dengan:

a. Dari aspek *responsiveness*.

- i. Lebih lagi untuk mendengar keluhan dan masukan dari para *reseller*, dengan menciptakan mekanisme yang baku untuk prosedur penyampaian saran dan pendapat, menciptakan suatu kondisi yang dapat meningkatkan *confidence level* dari para *reseller* bahwa mereka diperhatikan, memberikan pelatihan *soft skill* bagi tim produk NetApp khususnya di dalam hal komunikasi.
- ii. Meningkatkan standar waktu yang konsisten untuk menjawab setiap permintaan penawaran, dengan menetapkan standar waktu respon untuk setiap permintaan yang disepakati dan diinformasikan kepada pihak *reseller*, menetapkan prosedur standar untuk setiap jenis proses permintaan dan dipublikasikan, memberikan pelatihan *soft skill* bagi tim produk NetApp khususnya di dalam hal manajemen waktu.

b. Dari aspek *assurance*.

- i. Lebih teliti di dalam memberikan penawaran harga dan *bill of material* dengan menetapkan prosedur pengujian kualitas (*quality check*) di proses internal, meningkatkan kualitas pendampingan kepada *reseller* untuk mengunjungi *end user*, menetapkan prosedur pembagian tugas internal untuk pendampingan *reseller*, menetapkan kriteria standar untuk pendampingan *reseller*.

ii. Meningkatkan kualitas pendampingan dan dukungan kepada *reseller* di saat menghadapi kompetisi dengan lebih proaktif di dalam menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara *reseller* dan *principal*, menetapkan mekanisme yang jelas di dalam memberikan dukungan *reseller* yang dipilih di dalam suatu kompetisi.

c. Dari aspek *reliability*.

i. Lebih menguasai pengetahuan akan produk dan tepat guna dari solusi yang ditawarkan dengan mengambil sertifikasi yang berkenaan dengan produk yang dijual, aktif di dalam forum atau seminar yang berkenaan dengan pengetahuan segmen industry dari pasar yang dituju.

2. Promosi Tim NetApp PT. Synnex Metrodata Indonesia perlu terus ditingkatkan dengan:

a. Dari aspek *sales promotion*.

i. Membuat program insentif yang sifatnya jangka panjang.

ii. Membuat program insentif yang sifatnya korporasi dan juga individual.

iii. Membuat program insentif yang berkenaan dengan target pelanggan dari pesaing.

iv. Membuat program insentif yang berkenaan dengan komposisi solusi.

- v. Membuat program insentif yang juga melibatkan tim teknis dari *reseller*.
- vi. Membuat program diskon *bundled* dengan produk lain yang sifatnya bersinergi.
- vii. Membuat program diskon yang lebih kompetitif.
- viii. Menyelenggarakan seminar dengan pengajar yang berkualitas.
- ix. Menyelenggarakan pelatihan yang juga menjawab tantangan kompetisi.
- x. Menyelenggarakan pelatihan yang membantu peningkatan kemampuan *soft skill* dari *reseller*.

6.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memfokuskan pada 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepuasan Pelanggan sehingga penggunaan variabel lain perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.