

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan sebelumnya, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan Uji F bahwa nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari taraf ( $\alpha$ ) = 0,05. Adapun rumus persamaan regresi yang didapat adalah  $Y = 0,750 + 0,467X_1 + 0,605X_2$ , dari persamaan tersebut bahwa nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik nilai koefisien regresi berganda, maka semakin baik penambahan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Nilai Pelanggan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan Uji t dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $4,579 > 1,985$ .
3. Pengalaman Pelanggan (X2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan Uji t dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $7,054 > 1,985$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis diajukan saran sebagai berikut :

1. Nilai pelanggan pada kartu Telkomsel dalam kategori tinggi akan tetapi untuk kedepannya perlu terus ditingkatkan agar para pelanggan Telkomsel tetap merasa puas, Telkomsel harus tetap memberikan informasi terbaru mengenai produk Telkomsel agar pada saat pelanggan menunjungi Grapari Telkomsel pelanggan tidak kecewa.
2. Pengalaman pelanggan pada kartu Telkomsel diharapkan tetap konsisten menjaga kualitas produknya. Dengan memiliki ketahanan jaringan yang mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama akan terus membuat pelanggan kartu prabayar Telkomsel merasa puas.
3. Kepuasan pelanggan pada kartu Telkomsel termasuk dalam kategori tinggi akan tetapi perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan kepuasan pelanggan maka perusahaan harus memperhatikan kembali kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.