

BAB VI

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Elektronik, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile. Responden dalam penelitian ini berjumlah 60 responden yang

telah menggunakan Aplikasi PLN Mobile. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Kepercayaan Pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile dengan nilai signifikansi $< 0,05$ (uji t_{hitung} 9,872 dengan sig 0,000 $< 0,05$).
2. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan Elektronik / *E-Service Quality* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile dengan nilai signifikansi $< 0,05$ (uji t_{hitung} 2,149 dengan sig 0,036 $< 0,05$).
3. Secara parsial variabel Promosi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile dengan nilai signifikansi $> 0,05$ (uji t_{hitung} 0,727 dengan sig 0,470 $> 0,05$).
4. Berdasarkan dari hasil uji F (Simultan) diketahui bahwa variabel independen Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Elektronik / *E-Service Quality* dan Promosi mempunyai pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ (F_{hitung} sebesar 34,607 pada sig 0,000).

6.2 Implikasi / Rekomendasi

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan yang telah diuraikan menyatakan bahwa hanya dua variabel yang mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan yakni Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Elektronik / *E-Service Quality* sedangkan variabel Promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. pada variabel Kepercayaan Pelanggan, pihak perusahaan merasa diuntungkan karena semakin banyak pelanggan yang mempercayai adanya Aplikasi PLN Mobile, maka perusahaan makin lebih dekat bisa berhubungan baik dengan pelanggan dalam memberikan segala informasi-informasi terbaru termasuk informasi tagihan listrik/token dan dapat menerima setiap pengaduan dan permohonan pasang daya baru dari para pelanggan. Untuk pihak pelanggan yang memiliki

kepercayaan pada perusahaan, merasa diuntungkan karena dapat menerima informasi yang ter up to date mengenai kelistrikan dan pelanggan tidak perlu ke kantor pusat langsung dalam masalah pengaduan dan permohonan daya baru, karena dengan mengakses Aplikasi PLN Mobile pelanggan dapat menghubungi call center 123 pada Aplikasi tersebut dengan gratis tanpa biaya telpon/pulsa.

Sedangkan variabel Kualitas Pelayanan Elektronik yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, pihak pelanggan merasa diuntungkan dari segi fleksibilitas Kualitas Pelayanannya yang baik. Jika pelayanan yang diberikan itu baik maka akan menimbulkan rasa puas dalam diri pelanggan. Bagi pihak Perusahaan, Kualitas Pelayanan pada 62 i PLN Mobile dapat dijadikan manajemen sebagai bahan evaluasi pelayanan.

Pada variabel Promosi yang tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini bisa terjadi disebabkan karena Perusahaan kurang membuat inovasi atau strategi promosi yang baru dalam mengenalkan Aplikasi PLN Mobile kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa tidak puas.

6.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Elektronik / *E-Service Quality*, dan Promosi pengguna Aplikasi PLN Mobile mempunyai pengaruh yang baik secara simultan (bersama-sama) terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian semakin baik Kualitas Pelayanan Elektronik / *E-Service Quality* yang diberikan kepada pelanggan, dan ditingkatkannya Kepercayaan dan Promosi dari Perusahaan, maka Kepuasan Pelanggan akan lebih meningkat. Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian:

1. Dari hasil analisis pernyataan responden mengenai Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Elektronik, dan Promosi terhadap produk Aplikasi PLN Mobile secara keseluruhan dapat dikatakan baik. Namun ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian Perusahaan yakni harus lebih meningkatkan inovasi baru dalam hal promosi agar dapat membuat pelanggan puas ketika mengambil keputusan

- dalam menggunakan Aplikasi PLN Mobile dan supaya banyak masyarakat yang mengetahui atau mengenal Aplikasi PLN Mobile maka Perusahaan harus mempromosikannya tidak hanya di satu titik tempat namun juga di beberapa titik yang terdapat banyak masyarakat sedang beraktivitas agar masyarakat memiliki rasa tertarik untuk mengambil keputusan menggunakan Aplikasi PLN Mobile.
2. Dalam hal Kepercayaan, Perusahaan harus tetap mempertahankan pelanggannya untuk menggunakan Aplikasi PLN Mobile karena kehandalan teknologi informasi yang baik, maka sebagian besar pelanggan percaya bahwa Aplikasi PLN Mobile praktis, cepat dan dapat menghemat waktu saat digunakan apabila terjadi sesuatu atau pelanggan ingin menambah daya listrik baru maka pelanggan hanya menghubungi call center 123 yang ada di dalam Aplikasi PLN Mobile tersebut tanpa dikenakan biaya pulsa (gratis).
 3. Dalam Kualitas Pelayanannya pun harus lebih diutamakan dan lebih ditingkatkan lagi untuk menerima setiap pengaduan dan keluhan pelanggan dalam masalah kelistrikan, dengan respon pelayanan yang cepat tanggap dan dapat diandalkan maka membuat pelanggan tetap yakin menggunakan Aplikasi PLN Mobile. Dalam hal aplikasi ada sebagian besar pelanggan mengeluhkan bahwa Aplikasi PLN Mobile terkadang mengalami gangguan seperti ketika log in tiba-tiba aplikasi tidak berfungsi dengan baik jadi keluar dengan sendirinya. Ada baiknya Perusahaan meng-*upgrade* situs dan terus memperbaiki aplikasinya agar lebih cepat dan mudah saat digunakan untuk mengakses Aplikasi PLN Mobile.
 4. Untuk pihak yang ingin meneliti lebih lanjut, dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, karena dalam penelitian ini diketahui terdapat 35,0% faktor-faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi PLN Mobile, seperti kesetiaan merek, nilai pelanggan dll.