

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

VI. 1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan maka disimpulkan :

1. Tingkat kepentingan untuk setiap variabel pelayanan tertinggi pada variabel *reliability*, tingginya nilai bobot yang diberikan oleh konsumen menunjukkan semakin pentingnya variabel tersebut di mata konsumen. Nilai ekspektasi tertinggi adalah variabel kelengkapan sarana gedung dimensi *tangibles*. Hal ini menunjukkan pengharapan konsumen yang tinggi terhadap kualitas layanan. Nilai persepsi tertinggi adalah variabel ketepatan dan ketelitian pencatatan KWH meter dimensi *assurance*. Tingginya persepsi ketepatan dan ketelitian pencatatan KWH meter menandakan bahwa variabel ini mendapat nilai performansi yang baik di benak konsumen.
2. Hasil analisis menunjukkan masih terdapat kesenjangan (gap) antara kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Gap yang diperoleh bernilai negatif hal ini menunjukkan bahwa semua dimensi pelayanan yang diterima pelanggan belum dapat memenuhi harapan.
3. Nilai gap terbesar (-1.778) adalah variabel kepastian waktu respon penanganan gangguan dimensi *assurance*, besarnya nilai yang diberikan konsumen menunjukkan bahwa lambannya respon petugas terhadap keluhan konsumen dan nilai gap terkecil (-0.767) adalah mengutamakan pelayanan sesuai dengan peraturan dimensi *responsiveness*, menunjukkan bahwa pentingnya kemampuan pelayanan untuk dapat memenuhi performansi layanan. Semakin negatif gap berarti semakin rendah nilai kualitas layanan variabel tersebut di mata konsumen.

VI.2 Saran

1. Rancangan perbaikan layanan kualitas jasa PT PLN hendaknya lebih menitikberatkan pada variabel laten *assurance*, yang mencakup 4 hal penting yaitu:
 - (a) kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan,
 - (b) kesopanan, tanggapan, pertimbangan dan garis relasi teman dari hubungan pegawai,
 - (c) kejujuran dan kepercayaan dari pegawai,
 - (d) kebebasan dari bahaya, risiko dan keraguan.
2. Melaksanakan dan meningkatkan pelaksanaan kualitas dan kuantitas riset pemasaran, memperlancar komunikasi antara bawahan dan manajer tentang kualitas pelayanan dan memperpendek tingkat komunikasi yang harus dilalui sehingga persoalan-persoalan pelayanan segera dapat dipahami dan ditindaklanjuti.
3. Peralatan seperti komputer, penyejuk ruangan, ruang tunggu yang nyaman dan tempat parkir perlu ditingkatkan
4. Agar para petugas pelayanan mampu meningkatkan kualitas pelayanannya maka kepada mereka perlu diadakan apresiasi atau pelatihan tentang:
 - (a) peran mereka yang sangat penting dalam perusahaan,
 - (b) cara membangun dan mempertahankan *teamwork*,
 - (c) percaya pada kemampuan sendiri,
 - (d) mampu memecahkan masalah,
 - (e) mampu mengendalikan diri, dan management waktu.
5. Dalam membangun komunikasi eksternal kepada pelanggan seyogyanya manajer mampu merefleksikan perasaan pelanggan secara tepat dan memberikan pemahaman yang cukup bahwa pelayanan yang baik tercipta berkat kerjasama yang melayani dengan yang dilayani.