

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “Efisiensi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Kereta Api Indonesia Daop Medan” telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasakan efisiensi akan kemudahan menemukan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen. Kemudahan mengakses situs *e-ticketing*, kemampuan situs *e-ticketing* dalam membantu konsumen melakukan pemesanan dengan cepat, dan kemampuan situs *e-ticketing* dalam membantu konsumen menyelesaikan pembayaran dengan cepat.
- Ketersediaan Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “Ketersediaan sistem berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Kereta Api Indonesia Daop Medan” telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasakan akan ketersediaan situs *e-ticketing* pada saat dibutuhkan, kecepatan akses situs *e-ticketing* pada saat *log-in*, tidak

ada gangguan saat mengakses situs *e-ticketing* dan kestabilan halaman situs *e-ticketing* saat konsumen memasukkan data.

- Pemenuhan kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “Pemenuhan kebutuhan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Kereta Api Indonesia Daop Medan” telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasakan permintaan konsumen dapat dipenuhi oleh situs *e-ticketing* tanpa adanya kesalahan, informasi yang dijelaskan pada situs *e-ticketing* dapat dipercaya, adanya penyediaan layanan pelanggan (*customer service*) serta penawaran yang terdapat pada situs *e-ticketing* jelas.
- Privasi berpengaruh positif dan signifikan privasi terhadap kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “Privasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Kereta Api Indonesia Daop Medan” telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasakan kemampuan situs *e-ticketing* dalam menjaga kerahasiaan informasi konsumen, kemampuan situs *e-ticketing* dalam melindungi semua informasi yang diberikan oleh konsumen dan kemampuan situs *e-ticketing* tidak membagi informasi data pribadi konsumen pada situs lainnya.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Kualitas pelayanan tiket online PT. Kereta Api Indonesia perlu ditingkatkan, mengingat tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan tiket online PT. Kereta Api Indonesia hanya sebesar 35,9% . Perlunya peningkatan kualitas pelayanan tiket online kepada pelanggan karena hal ini sesuai dengan misi dari PT. Kereta Api Indonesia yaitu menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan, dan juga sesuai *tagline* tiket online KAI yaitu Pesan tiket semudah update status.

Privasi pelanggan adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan dalam kualitas pelayanan tiket online PT.Kereta Api, sesuai dengan hasil penelitian bahwa banyak pelanggan yang merasa bahwa informasi pribadinya disebarkan pada situs lain, hal ini sesuai dengan banyaknya responden yang menjawab tidak setuju pada pertanyaan kesembilan belas yang tertera dalam kuesioner.

Salah satu cara situs menunjukkan komitmennya terhadap layanan pelanggan adalah melalui sebuah “privacy seal”. Adanya “cap” jaminan yang tertera dalam situs ketika diakses yang menunjukkan bahwa situs ini menghargai privasi penggunanya dan mematuhi cara-cara terbaik dalam proses menjaga privasi pelanggan seperti tidak menyebarkan informasi pelanggan dan tidak membocorkan identitas pelanggan kepada situs/pihak-pihak lain.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari penelitian ini sebesar 0,359 atau 35,9%, hal ini berarti kemampuan model dalam menjelaskan perilaku variabel kepuasan pelanggan baru sebesar 35,9% masih tergolong rendah, sehingga peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain seperti price knowledge, fleksibilitas, kemudahan navigasi, estetika situs, kustomisasi dan personalisasi yang diperkirakan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tiket online PT. Kereta Api Indonesia.