

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memfokuskan kajian pada tiga permasalahan pokok, meliputi kualitas layanan internet XL Axiata di Kota Tegal yang diukur menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL), tingkat loyalitas pelanggan yang diukur menggunakan metode *Net Promoter Score* (NPS), serta rancangan *dashboard monitoring* kepuasan pelanggan sebagai media visualisasi hasil analisis. Setelah melalui seluruh tahapan pengumpulan dan pengolahan data terhadap 304 responden pengguna aktif XL Axiata di Kota Tegal, temuan dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan internet XL Axiata di Kota Tegal berdasarkan persepsi pengguna aktif yang diukur menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) tergolong pada kategori cukup baik hingga baik, ditunjukkan oleh nilai rata-rata keseluruhan indikator sebesar 4,000. Dari lima dimensi yang dievaluasi, dimensi *empathy* dan *assurance* mencatat performa tertinggi, tercermin dari indikator pemahaman kebutuhan pengguna dengan rata-rata 4,095 dan keamanan layanan sebesar 4,076. Sementara itu, dimensi *reliability* dan *responsiveness* menjadi dimensi yang paling memerlukan perhatian; indikator perhatian terhadap keluhan pelanggan mencatat nilai terendah sebesar 3,891, diikuti oleh indikator jarang mengalami gangguan internet sebesar 3,944 dan kestabilan jaringan sebesar 3,947. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun layanan secara umum sudah dinilai baik,

terdapat kesenjangan yang masih perlu diperbaiki agar kualitas layanan dapat memenuhi harapan pengguna secara lebih menyeluruh pada seluruh dimensi.

2. Tingkat loyalitas pelanggan layanan internet XL Axiata di Kota Tegal yang diukur menggunakan metode *Net Promoter Score* (NPS) menunjukkan hasil yang positif. Nilai *Net Promoter Score* (NPS) yang diperoleh berada di kisaran positif, artinya jumlah pelanggan yang termasuk kategori *promoter* adalah pengguna yang bersedia merekomendasikan layanan XL Axiata di Kota Tegal kepada teman, Keluarga, dan saudara. dengan skor 9 sampai 10 lebih besar dibandingkan pelanggan kategori *detractor* yang memberi skor 0 hingga 6. Meski demikian, kelompok *passive* dengan skor 7 sampai 8 masih mendominasi komposisi responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai layanan dengan cukup baik namun belum sampai pada tingkat antusiasme untuk secara aktif merekomendasikan layanan kepada teman, Keluarga, dan saudara. Kondisi ini mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan XL Axiata di Kota Tegal sudah terbentuk, tetapi masih perlu diperkuat melalui peningkatan kualitas layanan yang konsisten, terutama pada aspek-aspek yang memiliki nilai *Net Promoter Score* (SERVQUAL) relatif lebih rendah seperti kestabilan jaringan, frekuensi gangguan, dan penanganan keluhan pengguna.
3. Rancangan *dashboard monitoring* kepuasan pelanggan yang memvisualisasikan hasil analisis *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Net Promoter Score* (NPS) telah berhasil dikembangkan sebagai alat bantu pengambilan keputusan bagi manajemen XL Axiata di Kota Tegal. *Dashboard*

yang dirancang menampilkan informasi secara ringkas dalam satu tampilan yang mencakup total responden, rata-rata skor *Service Quality* (SERVQUAL), nilai *Net Promoter Score* (NPS), komposisi kategori *promoter*, *passive*, dan *detractor*, distribusi jenis kelamin, sebaran usia, sebaran Kecamatan, serta performa setiap indikator kualitas layanan. Visualisasi dalam bentuk kartu ringkasan, diagram lingkaran, diagram batang, dan grafik indikator layanan memungkinkan data yang sebelumnya berbentuk angka mentah tersaji secara lebih komunikatif dan mudah dipahami. Meskipun *dashboard* ini masih bersifat prototipe berbasis data survei dan belum terhubung langsung dengan sistem *internal* perusahaan, rancangan ini telah membuktikan bahwa hasil pengukuran kepuasan pelanggan dapat divisualisasikan secara sistematis sehingga proses evaluasi dan pemantauan layanan dapat dilakukan dengan lebih efisien.

Ketiga temuan di atas secara bersama-sama menunjukkan bahwa pendekatan *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Net Promoter Score* (NPS) mampu memberikan gambaran yang saling melengkapi dalam memahami kondisi layanan dan perilaku pengguna XL Axiata di Kota Tegal. Kualitas layanan yang sudah berada pada kategori baik perlu terus dijaga dan ditingkatkan, khususnya pada indikator yang masih mencatat nilai rendah, agar loyalitas pelanggan yang saat ini masih banyak bertahan di kelompok *passive* dapat bergeser menjadi *promoter* secara lebih signifikan ke depannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi XL Axiata maupun penelitian selanjutnya. Saran tersebut disusun berdasarkan temuan penelitian serta keterbatasan yang masih terdapat dalam penelitian ini. Oleh karena itu, di samping sejumlah kelebihan yang berhasil dihadirkan, terdapat pula aspek-aspek yang masih terbuka untuk disempurnakan oleh penelitian selanjutnya. Meskipun demikian, setiap penelitian tidak terlepas dari kelebihan maupun kekurangan yang melekat di dalamnya. Pemahaman terhadap kedua sisi tersebut menjadi penting agar penelitian ini dapat memberi manfaat yang optimal, sekaligus menjadi acuan konstruktif bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji permasalahan serupa secara lebih mendalam. Adapun kelebihan dan kekurangan penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut:

Kelebihan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi yang dilakukan adalah menggabungkan dua metode pengukuran sekaligus dalam satu kerangka analisis, adalah *Service Quality* (SERVQUAL) untuk menilai kualitas layanan dan *Net Promoter Score* (NPS) untuk mengukur loyalitas pelanggan. Kombinasi dua metode ini menghasilkan gambaran yang lebih menyeluruh dibandingkan penelitian sejenis yang hanya menggunakan salah satu metode.
2. Data yang digunakan seluruhnya merupakan data primer yang dikumpulkan secara mandiri dari 304 responden pengguna aktif XL Axiata di Kota Tegal yang tersebar di empat Kecamatan di Kota Tegal. Jumlah ini melampaui batas minimum sampel yang direkomendasikan untuk penelitian deskriptif

kuantitatif, sehingga hasil analisis memiliki tingkat representasi yang memadai terhadap kondisi pengguna layanan internet XL Axiata pada penelitian di Kota Tegal.

3. Penelitian ini memetakan kualitas layanan secara terperinci pada sembilan indikator dari lima dimensi *Service Quality* (SERVQUAL), sehingga tidak hanya memberikan nilai rata-rata secara umum, tetapi juga menunjukkan secara spesifik indikator mana yang sudah berjalan baik dan indikator mana yang masih perlu ditingkatkan. Kedalaman analisis per indikator ini membuat temuan penelitian lebih mudah ditindaklanjuti secara praktis oleh pihak yang berkepentingan.
4. Analisis tersebut memiliki relevansi praktis yang tinggi karena kajiannya difokuskan pada layanan internet XL Axiata di Kota Tegal, sebuah konteks yang belum banyak dikaji secara spesifik dalam literatur yang tersedia. Dengan demikian, temuan analisis ini dapat menjadi referensi awal yang bernilai bagi pengelola layanan maupun bagi peneliti lain yang ingin melakukan kajian serupa di wilayah berbeda.
5. Temuan yang diperoleh tidak hanya menghasilkan laporan analisis statistik, tetapi juga menghadirkan luaran konkret berupa *rancangan dashboard monitoring* kepuasan pelanggan yang dapat langsung difungsikan sebagai alat bantu evaluasi. *Dashboard* yang dirancang dilengkapi dengan tiga *filter* interaktif berbasis *dropdown* berdasarkan jenis kelamin, Kecamatan domisili, dan status keaktifan pelanggan sehingga data kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat dipantau secara lebih terperinci pada segmen tertentu.

Kekurangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Instrumen kuesioner yang digunakan hanya mengukur persepsi pengguna tanpa menyertakan pengukuran harapan (*expectation*) secara terpisah, sehingga nilai kesenjangan (gap score) antara harapan dan persepsi tidak dapat dihitung secara penuh sebagaimana dimaksudkan dalam model *Service Quality* (SERVQUAL) asli. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyertakan pengukuran harapan agar analisis kesenjangan layanan dapat diterapkan secara lebih lengkap dan hasilnya lebih mencerminkan kondisi yang sesungguhnya.
2. *Dashboard monitoring* yang dirancang masih berbasis spreadsheet statis menggunakan *Google Sheets* dan belum terhubung dengan sumber data secara langsung maupun *real-time*, sehingga lebih berfungsi sebagai prototipe visualisasi hasil survei daripada sistem pemantauan yang aktif. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan *dashboard* menggunakan *platform* yang lebih dinamis, seperti *Google Looker Studio* atau *Tableau*, agar data kepuasan pelanggan dapat diperbarui secara berkala dan diakses lebih mudah oleh berbagai pihak yang berkepentingan.
3. Penelitian ini tidak memasukkan suatu variabel yang berpotensi memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, seperti harga, strategi promosi, citra merek, maupun kualitas layanan digital aplikasi MyXL. Keterbatasan ini membuat analisis belum sepenuhnya menggambarkan faktor-faktor yang secara nyata membentuk persepsi pengguna. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan tersebut agar penjelasan mengenai determinan

kepuasan dan loyalitas pelanggan layanan internet dapat disajikan secara lebih mendalam dan komprehensif.

4. Cakupan terbatas hanya pada pengguna XL Axiata di Kota Tegal sehingga tidak dapat digeneralisasi. Penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah atau membandingkan beberapa operator dalam satu wilayah.
5. Belum ada prioritas perbaikan yang benar-benar dipetakan secara teknis. Penelitian sudah menunjukkan indikator yang rendah, tetapi belum disusun ke dalam urutan prioritas perbaikan operasional yang lebih rinci untuk pihak perusahaan.

Saran untuk XL Axiata dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh XL Axiata sebagai upaya meningkatkan kualitas layanan internet di Kota Tegal. Meskipun secara umum kualitas layanan memperoleh nilai rata-rata Service Quality (SERVQUAL) sebesar 4,000 dengan kategori cukup baik, beberapa indikator masih menunjukkan nilai yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya sehingga memerlukan perhatian lebih lanjut.

Prioritas utama yang perlu diperhatikan adalah penanganan keluhan pelanggan, karena indikator "XL memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan" memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,891. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian responden masih menilai proses penanganan keluhan belum berlangsung secara optimal. Oleh karena itu, XL Axiata disarankan meningkatkan kecepatan respons terhadap laporan pelanggan, memperjelas

mekanisme penyelesaian keluhan, serta memastikan setiap permasalahan memperoleh tindak lanjut yang jelas hingga pelanggan menerima solusi yang memadai.

Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk meningkatkan konsistensi kualitas jaringan, terutama pada aspek kestabilan koneksi dan pengurangan gangguan layanan. Rekomendasi ini didasarkan pada indikator "Jaringan internet XL yang responden gunakan terasa stabil" yang memperoleh nilai 3,947, serta indikator "Internet XL jarang mengalami gangguan" dengan nilai 3,944. Meskipun kedua indikator masih berada pada kategori cukup, hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih mengalami ketidakstabilan koneksi pada kondisi tertentu. Upaya optimalisasi infrastruktur jaringan, pemeliharaan berkala, serta peningkatan kualitas sinyal di wilayah yang masih mengalami gangguan diharapkan mampu meningkatkan pengalaman pengguna secara lebih konsisten.

Perusahaan juga disarankan untuk menjaga indikator-indikator yang telah memperoleh penilaian tinggi, seperti kemampuan memahami kebutuhan pelanggan, rasa aman dalam menggunakan layanan, kemudahan menghubungi layanan pelanggan, kemudahan penggunaan aplikasi MyXL, serta kepercayaan terhadap kualitas jaringan. Pemeliharaan terhadap aspek-aspek tersebut penting agar tingkat kepuasan pelanggan tetap terjaga sekaligus mendorong peningkatan loyalitas pengguna terhadap layanan XL Axiata.

Penelitian yang disusun masih memiliki sejumlah kekurangan yang perlu diakui secara terbuka, mulai dari keterbatasan instrumen yang hanya mengukur

persepsi tanpa data harapan, cakupan wilayah yang terbatas pada Kota Tegal, *dashboard* yang masih bersifat statis, hingga tidak diikutsertakannya suatu variabel lain seperti harga, promosi, dan citra merek yang turut membentuk kepuasan pelanggan. Keterbatasan-keterbatasan tersebut bukan berarti mengurangi nilai penelitian ini, melainkan justru membuka ruang yang luas bagi penelitian selanjutnya untuk melangkah lebih jauh.