

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan teknik analisis data yang peneliti lakukan mengenai *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada PT. Kereta Api Indonesia (persero). Maka peneliti dapat mengambil simpulan sebagai berikut :

1. *E-Service Quality* yang diterapkan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) belum bisa membuat pelanggan merasa tidak puas dengan layanan aplikasi KAI Access yang disediakan. karena kurangnya informasi yang ada dalam aplikasi KAI Access seperti pembatalan tiket atau pergantian jadwal pemberangkatan.
2. *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan) yang menggunakan aplikasi KAI access merasakan layanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan) berada diantara kriteria sedang dan tinggi Secara Keseluruhan hal ini dapat membuat pelanggan puas oleh layanan aplikasi KAI Access.
3. Pengaruh *E-service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dalam menggunakan aplikasi KAI Access secara bersama-sama (simultan) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *E-Service Quality* terhadap *Customer satisfaction* secara simultan. Hal tersebut merupakan hasil dari

hipotesis yang dilakukan oleh peneliti pada pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (persero) yang menggunakan aplikasi KAI Access.

4. Hasil perhitungan mengenai pengaruh secara individu (persial) menunjukkan bahwa, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Informasi Quality* terhadap *customer satisfaction*, tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Security* terhadap *customer satisfaction*, tidak terdapat pengaruh signifikan antara *website functionality* terhadap *customer satisfaction*, Adanya pengaruh yang signifikan antara *customer Relationship* terhadap Customer Satisfaction, adanya pengaruh yang signifikan antara Responsiveness fulfillment terhadap *Customer Satisfaction*. Artinya terdapat dua sub tersebut dari *E-Service Quality* yaitu *customer relationship* dan *Responsiveness fulfillment* variabel tersebut mempengaruhi *Customer Satisfaction* pada PT. Kereta Api Indonesia (persero).

5.2 Saran

Berdasarkan dari simpulan diatas, maka peneliti memberikan saran kepada PT. Kereta Api Indonesia Indonesia (Persero). Adapun saran tersebut sebagai berikut :

1. Masih ada pelanggan yang menggunakan aplikasi KAI Access menyatakan tidak memuaskan dan ragu-ragu mengenai pernyataan kuisisioner yang dibuat secara positif. Ini menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan agar lebih bisa memperbaiki lagi . agar seluruh pelanggan dapat mengerti dengan baik apa yang menjadi maksud dan tujuan adanya aplikasi KAI Access tersebut,

seperti lebih banyak memberikan informasi yang tersedia dalam aplikasi *KAI Access* dalam pembelian tiket kereta api secara online.

2. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) harus bisa meningkatkan *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan) Agar pelanggan merasa puas dengan adanya aplikasi *KAI Access* harus lebih mempermudah lagi pelanggan dalam melakukan pemesanan tiket.