

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan antara lain:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Telkom Indonesia Witel Kudus.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT. Telkom Indonesia Witel Kudus
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara organization atmosphere terhadap kinerja karyawan pada PT. Telkom Indonesia Witel Kudus
4. Terdapat pengaruh signifikan antara kompensasi, gaya kepemimpinan, dan organization atmosphere secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada PT. Telkom Indonesia Witel Kudus.

B. Saran-Saran

Saran yang bias diberikan oleh peneliti antara lain:

1. Bagi Perusahaan

PT. Telkom Indonesia Witel Kudus merupakan perusahaan telekomunikasi yang melayani masyarakat, sebaiknya bias meningkatkan kinerja karyawannya dengan penambahan kompensasi, gaya kepemimpinan dan organization atmosphere. Berdasarkan angket yang telah diisi karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Kudus diperoleh data yakni:

- a. Kompensasi berpengaruh pada kinerja karyawan, peningkatan gaji untuk karyawan yang bekerja dengan baik harus diperhatikan. Pemberian insentif, tunjangan, dan bonus bagi karyawan adalah faktor penting yang akan mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Telkom Indonesia Witel Kudus. Untuk manajerial yang perlu dilakukan yakni selalu memberikan penghargaan pada karyawan yang berprestasi, hal tersebut menghindari karyawan resign kerja.

- b. Gaya kepemimpinan mempengaruhi kinerja karyawan, manajer harus lebih dekat dengan karyawan untuk mendengarkan keluhan serta saran karyawannya.
 - c. Organization atmosphere berpengaruh terhadap kinerja karyawan, komunikasi serta saling berbagi informasi adalah hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan organization atmosphere di perusahaan. Faktor yang mempengaruhi organization atmosphere karyawan PT.Telkom Indonesia Witel Kudus yakni jika karyawan bisa saling bekerjasama, berkomunikasi, dan memiliki kejujuran dalam bekerja.
2. Bagi penelitian selanjutnya
- a. Dapat memperbanyak populasi dan sampel
Jumlah populasi dan sampel digunakan untuk melihat kinerja suatu organisasi secara obyektif dan menyeluruh. Penelitian selanjutnya diharapkan memilih populasi lebih besar untuk mendapatkan hasil lebih baik.
 - b. Dapat memperluas banyaknya responden
Banyaknya populasi yang diteliti, maka jumlah responden penelitianpun akan lebih banyak. Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dengan meningkatkan taraf signifikansi responden menggunakan rumus slovin.

C. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka beberapa implikasi manajerial yang bisa diajukan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk jaringan yang ditawarkan. Disamping itu, perusahaan juga disarankan untuk mampu meyakinkan masyarakat bahwa produk jaringan yang ditawarkan adalah produk yang dapat memberikan manfaat untuk komunikasi, dengan cara merek jaringan harus melakukan inovasi selain mempertahankan inovasi bentuk kemasan yang menarik.
2. Diharapkan perusahaan dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kemudahan dalam menjangkau produk tersebut. Dari hasil pengujian meskipun produk jaringan yang mereka gunakan telah

memenuhi kriteria pelanggan, namun kepuasan pelanggan pada produk jaringan tersebut masih rendah. Sehingga diperlukan tindakan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kemudahan akses pelanggan dalam memperoleh produk jaringan yang mereka gunakan seperti menambahkan outlet promosi, serta memberikan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat yang memiliki ekonomi kecil dan menengah. Perusahaan sebaiknya terus menerus melakukan analisis pasar agar dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang ingin menggunakan produk agar mendapat kepuasan dari konsumen dimasa yang akan datang.

3. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan niat perilaku dalam melakukan pembelian produk jaringan dengan memberikan manfaat yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jaringan komunikasi tersebut, dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, serta terus memperhatikan kepuasan pelanggan. Hal ini karena kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan berdampak pada niat perilaku dalam melakukan pembelian. Pelanggan yang puas akan bersedia untuk merekomendasikan sabun mandi merek yang mereka gunakan ke kerabatnya, dan akan melakukan pembelian ulang. Upaya peningkatan keyakinan konsumen dapat dilakukan dengan menyampaikan informasi argumentatif dan persuasif kepada konsumen mengenai manfaat dan keunggulan produk tersebut.