

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian sebagaimana telah diuraikan pada BAB IV maka, penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tangibles (X_1) yang diukur oleh Loyalitas pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap meningkatnya Loyalitas Pelanggan. Besarnya pengaruh langsung Tangibles terhadap Loyalitas Pelanggan adalah 14%. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “Tangibles Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan bengkel PT Mitra Prima Lestari” dapat diterima.
2. Reliability (X_2) yang diukur oleh Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Besarnya pengaruh Reliability secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan adalah 9%. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “Reliability Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan bengkel PT Mitra Prima Lestari” dapat diterima.
3. Responsiveness (X_3) yang diukur oleh Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Besarnya pengaruh Responsiveness secara langsung terhadap loyalitas Pelanggan adalah 9%. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian

menyatakan “Responsiveness Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan bengkel PT Mitra Prima Lestari” dapat diterima.

4. Assurance (X_4) yang diukur oleh Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Besarnya pengaruh Assurance secara langsung terhadap loyalitas Pelanggan adalah 9%. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian menyatakan “Assurance Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan bengkel PT Mitra Prima Lestari” dapat diterima.
5. Emphaty (X_5) yang diukur oleh Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Besarnya pengaruh Emphaty secara langsung terhadap loyalitas Pelanggan adalah 76%. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian menyatakan “Emphaty Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan bengkel PT Mitra Prima Lestari” dapat diterima.
6. Secara simultan Tangibles (X_1), Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Emphaty (X_5) berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan sebesar 85% dan 15% merupakan pengaruh yang datang dari faktor-faktor lain. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian menyatakan “ Dimensi Kualitas Pelayanan yang terdiri dari (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan bengkel PT Mitra Prima Lestari” dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut ini:

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Kualitas Pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty) memberikan pengaruh demi mempertahankan Loyalitas Pelanggan. Namun dalam hal ini, penelitian telah menunjukkan bahwa hasil dari seluruh perhitungan tanggapan responden atas variabel penelitian masih jauh dari harapan karena rata-rata kekuatan dari masing-masing dimensi masih berada di angka 60% atau dibawah. Untuk itu penting bagi perusahaan untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanan tersebut agar Loyalitas pelanggan tetap terjaga.
2. Rendahnya penilaian responden atas variabel assurance patut diperhatikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Melihat hasil penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yang sangat rendah, maka perlu diadakannya penelitian lanjutan mengenai SDM yang lebih menekankan kepada metode pelatihan dan pendidikan tenaga kerja yang lebih baik.