

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil pembahasan pada Bab IV mengenai pengaruh kualitas layanan operasional pada kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan pada Baraya Travel, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah dilakukan dengan menyebarkan 125 kuisioner pada pengguna jasa Baraya Travel. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan penilaian responden untuk setiap variabel penelitian yang diteliti maupun pengaruh antar variabel dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara simultan dan tidak langsung 5 unsur variabel kualitas layanan operasional (X1, X2, X3, X4 dan X5) berpengaruh 61,9% terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan), sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Variabel Y (kepuasan pelanggan) memberikan pengaruh sebesar 18,3% terhadap variabel Z (loyalitas pelanggan) sedangkan sisanya sebesar 71,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini..
2. Dalam hubungan antara daya tanggap (X1), kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z) menunjukkan variabel kepuasan pelanggan (Y) tidak berperan artinya pengaruh hubungan tidak langsung lebih kecil dari hubungan langsung. Hal ini menunjukkan daya tanggap (X1) bisa langsung memunculkan loyalitas pelanggan (Z) tanpa harus memberikan rasa puas terlebih dahulu pada pelanggan (Y).
3. Dalam hubungan antara jaminan (X2), kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z) menunjukkan variabel kepuasan pelanggan (Y) berperan artinya pengaruh hubungan tidak langsung lebih besar dari hubungan langsung. Hal ini menunjukkan jaminan (X2) tidak bisa langsung memunculkan loyalitas pelanggan (Z) tetapi harus melalui proses memberikan rasa puas terlebih dahulu pada pelanggan (Y).
4. Dalam hubungan antara bukti fisik (X3), kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z) menunjukkan variabel kepuasan pelanggan (Y) tidak berperan artinya pengaruh hubungan tidak langsung lebih kecil dari hubungan langsung. Hal ini menunjukkan bukti fisik (X3) bisa langsung memunculkan loyalitas pelanggan (Z) tanpa harus memberikan rasa puas terlebih dahulu pada pelanggan (Y).
5. Dalam hubungan antara empati (X4), kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z) menunjukkan variabel kepuasan pelanggan (Y) berperan artinya pengaruh hubungan tidak

langsung lebih besar dari hubungan langsung. Hal ini menunjukkan empati (X4) tidak bisa langsung memunculkan loyalitas pelanggan (Z) tetapi harus melalui proses memberikan rasa puas terlebih dahulu pada pelanggan (Y).

6. Dalam hubungan antara kehandalan (X5), kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z) menunjukkan variabel kepuasan pelanggan (Y) berperan artinya pengaruh hubungan tidak langsung lebih besar dari hubungan langsung. Hal ini menunjukkan kehandalan (X5) tidak bisa langsung memunculkan loyalitas pelanggan (Z) tetapi harus melalui proses memberikan rasa puas terlebih dahulu pada pelanggan (Y).
7. Dengan persentase 60% variabel kepuasan pelanggan berperan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan bisa disimpulkan unsur kepuasan pelanggan tetap penting untuk diperhatikan oleh manajemen Baraya Travel agar terus bisa meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, pembahasan dan analisis, maka penulis akan memberikan masukan yang mungkin bisa menjadi masukan bagi manajemen baraya travel untuk terus meningkatkan loyalitas pelanggannya. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Unsur kualitas layanan harus terus ditingkatkan, terutama unsur bukti fisik dan empati petugas outlet maupun pengendara baraya travel. Kedua unsur kualitas layanan ini secara rata-rata mendapat nilai terendah dari responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini. Dengan segmen pasar yang telah ditetapkan tentu manajemen baraya travel bisa merencanakan tindakan yang cocok untuk hal tersebut. Secara konkrit kualitas layanan untuk unsur bukti fisik dapat ditingkatkan dengan lebih memperhatikan kebersihan di lingkungan outlet baik disekitar ruang tunggu maupun fasilitas kamar kecil yang kerap kali digunakan pelanggan silih berganti. Sedangkan kualitas layanan dari unsur empati dapat dilakukan dengan secara rutin memberikan pengarahan pada petugas yang langsung berhadapan dengan pelanggan baik petugas loket maupun pengendara.
2. Perbaiki hal-hal lain terkait pemenuhan kebutuhan standar pelanggan, harus terus senantiasa dilakukan agar pangsa pasar yang selama ini telah dimiliki baraya travel tidak beralih ke operator lain yang terus melakukan berbagai upaya untuk memperbesar pangsa pasar yang ada saat ini.
3. Baraya travel harus lebih perhatian terhadap pergeseran pola permintaan konsumen yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi. Keluhan pelanggan terkait hal tersebut seperti system booking online harus bisa direspon dengan tepat. Sudah saatnya baraya travel

mengembangkan aplikasi system informasi yang memungkinkan pelanggan bisa melakukan booking dengan menggunakan perangkat telpon pintar.

