

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa penelitian mengenai loyalitas pelanggan berhasil memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal dapat diterima. Penelitian yang dilakukan di Universitas Negeri Jakarta pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga dari bulan Februari 2016 sampai dengan Mei 2016 memberikan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Jika kualitas layanan baik, maka loyalitas pelanggan akan meningkat.
2. Terdapat hubungan positif antara kepercayaan pelanggan dengan loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Jika kepercayaan pelanggan baik, maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Hipotesis diatas, dibuktikan dengan persamaan regresi tunggal yakni:

1. $\hat{Y} = 45,085 + 0.342(X_1)$

2. $\hat{Y} = 53,292 + 0.362(X_2)$

Hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan sebesar 0.262. Jadi kemampuan dari variabel kualitas layanan untuk menjelaskan loyalitas pelanggan secara parsial sebesar 26,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kualitas layanan.

Sedangkan, hubungan antara kepercayaan pelanggan dengan loyalitas pelanggan sebesar 0.215. Jadi kemampuan dari variabel kepercayaan pelanggan untuk menjelaskan loyalitas pelanggan secara parsial sebesar 21,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kepercayaan pelanggan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan dengan loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan sangat menentukan terbentuknya loyalitas pelanggan.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel loyalitas pelanggan, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing sebesar 38%. Ini berarti bahwa loyalitas dari pelanggan dari kartu seluler XL Prabayar dikarenakan para pelanggan memiliki kekebalan yang tinggi terhadap produk sejenis dari para pesaing. Sedangkan indikator loyalitas

pelanggan terendah adalah indikator membeli diluar lini produk atau jasa sebesar 8.07%. Hal ini menunjukkan bahwa membeli diluar lini produk atau jasa kurang berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Pada variabel kualitas layanan, dimensi kualitas layanan yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta adalah dimensi bukti-bukti fisik sebesar 24,87%, ini berarti pelanggan kartu seluler XL Prabayar menilai bahwa bukti-bukti fisik dari XL sudah cukup baik, sedangkan dimensi kualitas layanan terendah yang mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta adalah dimensi daya tanggap sebesar 18,32%, ini berarti daya tanggap dari para pegawai seperti staff layanan XL dinilai masih kurang oleh para pelanggan dari kartu seluler XL prabayar.

Pada variabel kepercayaan pelanggan, dimensi kepercayaan pelanggan yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta adalah dimensi harapan sebesar 28,11%, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan dari kartu seluler XL Prabayar memiliki harapan yang tinggi bahwa pihak XL dapat memenuhi harapan dan kebutuhan para pelanggan. sedangkan indikator kepercayaan pelanggan terendah yang mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta adalah dimensi *trusting intention* yang meliputi kesediaan untuk bergantung pada perusahaan

menunjukkan hasil persentase sebesar 21,57%. Hal ini menunjukkan bahwa kesediaan pelanggan untuk bergantung pada perusahaan masih terbilang rendah.

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk menciptakan loyalitas yang tinggi dari pelanggan kartu seluler XL Prabayar, maka PT XL Axiata harus memberikan kualitas layanan yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, selain itu PT. XL Axiata juga harus mampu menumbuhkan kepercayaan dalam benak pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat tercipta.

C. Saran

Berdasarkan implikasi yang dikemukakan di atas, saran yang dapat peneliti berikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator loyalitas pelanggan yang terendah adalah indikator membeli diluar lini produk atau jasa dengan persentase sebesar 8.07%, maka PT. XL Axiata seharusnya bisa membuat pelanggan khususnya pengguna kartu seluler XL Prabayar lebih tertarik, adapun cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat produk lebih menarik dan memberikan manfaat yang lebih daripada produk/jasa sejenis lainnya agar pelanggan bersedia membeli diluar lini produk atau jasa tersebut.

2. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi daya tanggap dalam kualitas layanan mendapatkan persentase terendah sebesar 18,32%, maka PT. XL Axiata seharusnya dapat lebih cepat tanggap dalam merespon keluhan dan menyelesaikan masalah yang dialami oleh pelanggan. Adapun cara yang bisa dilakukan oleh PT. XL Axiata yaitu tidak membuat pelanggan menunggu terlalu lama dalam mendapatkan jawaban atau respon atas masalah yang dialami oleh pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi *trusting intention* yang meliputi kesediaan untuk bergantung pada perusahaan menunjukkan hasil persentase sebesar 21,57%. Maka PT. XL Axiata seharusnya dapat lebih meyakinkan para pelanggan dengan cara memenuhi segala janjinya serta memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, agar pelanggan bersedia untuk bergantung pada perusahaan.