

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya bahwa penelitian mengenai loyalitas pelanggan berhasil memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal adalah dapat diterima. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta dari bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2017 memberikan hasil sebagai berikut:

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang positif dan signifikan, artinya adalah apabila kualitas pelayanan meningkat, maka loyalitas pelanggan akan meningkat dan begitu pula sebaliknya.

Hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang positif dan signifikan, artinya adalah apabila citra perusahaan meningkat, maka loyalitas pelanggan akan meningkat dan begitu pula sebaliknya.

Hipotesis di atas dibuktikan dengan persamaan regresi tunggal yakni:

1.  $\hat{Y} = 38,85 + 0,6205X$  (untuk  $X_1$ )

2.  $\hat{Y} = 39,03 + 0,6158X$  (untuk  $X_2$ )

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan diperoleh dari hasil koefisien determinasi sebesar 0,4593. Jadi kemampuan dari variable kualitas pelayanan untuk menjelaskan loyalitas pelanggan adalah sebesar 45,93%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan.

Hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan diperoleh dari hasil koefisien determinasi sebesar 0,4630. Jadi kemampuan dari variable citra perusahaan untuk menjelaskan loyalitas pelanggan adalah sebesar 46,30%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel citra perusahaan.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan *Commuter Line* Jabodetabek pada mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan sangat menentukan meningkatnya loyalitas pelanggan.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel kualitas pelayanan, indikator tertinggi adalah pelayanan yang sama dalam dimensi reliabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan penyedia jasa *Commuter Line* Jabodetabek untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan harus dijaga dan ditingkatkan agar loyalitas pelanggan

*Commuter Line* Jabodetabek meningkat. Sedangkan indikator terendah adalah ketanggapan merespon masalah dalam dimensi daya tanggap, yaitu sebesar 9%.

Pada variabel citra perusahaan, indikator tertinggi adalah riwayat perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menyediakan jasa transportasi *Commuter Line* Jabodetabek yaitu PT KAI *Commuter* Jabodetabek (PT KCJ) harus menjaga riwayat perusahaan yang baik agar loyalitas pelanggan meningkat. Sedangkan indikator terendah adalah tanggung jawab sosial yaitu sebesar 13,66%.

Implikasi dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi, PT KAI *Commuter* Jabodetabek (PT KCJ) yang menyediakan jasa transportasi *Commuter Line* Jabodetabek harus bisa meningkatkan kualitas pelayanan dan membuat citra perusahaan yang terbaik.

### C. Saran

Berdasarkan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi jasa transportasi *Commuter Line* Jabodetabek untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, sebagai berikut:

1. Pihak penyedia jasa transportasi *Commuter Line* Jabodetabek yaitu PT KAI *Commuter* Jabodetabek (PT KCJ) hendaknya meningkatkan ketanggapan merespon masalah yang masih rendah, seperti dengan

cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan teknis dan menanggapi keluhan penumpang dengan baik, sehingga salah satu indikator kualitas pelayanan tersebut dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Pihak penyedia jasa transportasi *Commuter Line* Jabodetabek yaitu PT KAI *Commuter* Jabodetabek (PT KCJ) hendaknya meningkatkan tanggung jawab sosial yang masih rendah, seperti dengan melakukan sosialisasi keselamatan jalur kereta api, menyiapkan kursi roda di setiap stasiun bagi penyandang disabilitas dan menjaga kebersihan lingkungan disekitar stasiun, sehingga citra perusahaan yang terbangun dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan.