

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis pada bab IV diperoleh bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen mempunyai suatu hubungan antara satu sama lain. Begitu juga *proxy* terhadap masing-masing variabel laten mempunyai pengaruh yang signifikan, selengkapnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini diantaranya:
 - a. Kualitas Pelayanan SJ Jakarta - Purwokerto sebagian besar telah memenuhi ekspektasi konsumen yang dijelaskan kedalam beberapa indikator dalam dimensi *reliable* dan *tangible*. Hal ini dinyatakan dalam respon mereka dalam kuesioner yang menyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap indikator yang diajukan, dengan rata-rata persentase lebih dari 60% di setiap indikator dan secara akumulatif sebanyak 74,62% responden menyatakan kualitas pelayanan telah memenuhi ekspektasi konsumen..
 - b. Sebagian besar responden (lebih dari 50%) memberikan respon positif terhadap Persepsi Harga SJ Jakarta - Purwokerto, yang dijelaskan melalui beberapa indikator dalam dimensi *price-quality*

- scheme*. Secara akumulatif sebanyak 71,21% responden menyatakan persepsi harga SJ telah diterima dengan baik.
- c. Sebagian besar responden (lebih dari 50%) menyatakan puas terhadap layanan yang diberikan PO Sinar Jaya tujuan Jakarta - Purwokerto, yang dijelaskan melalui beberapa indikator dalam dimensi *spontaneity*. sebanyak 68,85% responden menyatakan puas akan pelayanan yang diberikan SJ. Namun sebanyak 25,62% responden menyatakan netral mengenai kepuasan konsumen terhadap layanan SJ Jakarta-Purwokerto.
 - d. Sebagian besar responden (lebih dari 50%) memberikan respon positif yang menunjukkan loyalitas mereka terhadap layanan SJ Jakarta - Purwokerto, yang dijelaskan melalui indikator yang terbagi kedalam dimensi *behavioural* dan *attitudinal*. Sebanyak 64,12% responden memberikan tanggapan positif. Namun, responden yang menyatakan netral terhadap loyalitas konsumen kepada layanan SJ Jakarta-Purwokerto cukup tinggi, sekitar 28,32%..
2. Secara empiris, variabel Kualitas Pelayanan (X1) terbukti berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y1), dengan angka korelasi yang diperoleh sebesar 0,499 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,003)
 3. Secara empiris, variabel Persepsi Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y1), dengan angka

korelasi yang diperoleh sebesar 0,338 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,044)

4. Secara empiris, variabel Kepuasan Pelanggan (Y1) terbukti berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y2), dengan angka korelasi yang diperoleh sebesar 0,857 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (***)
5. Secara empiris, variabel Kualitas Pelayanan (X1) terbukti berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1), sebesar 44,1% dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,004).
6. Secara empiris, variabel Persepsi Harga (X2) terbukti berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1), sebesar 30,0% dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,048).

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan analisis serta pembahasan yang telah dilakukan, berikut dikemukakan beberapa saran yang dianggap relevan:

5.2.1 Saran Untuk PO Sinar Jaya (SJ)

1. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas. Ketika pasar persaingan jasa Bus AKAP semakin ketat dengan munculnya kompetitor baru, SJ dapat memperbaiki beberapa aspek dari pelayanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, seperti :
 1. Memperbaiki manajemen waktu kedatangan bus
 2. Meningkatkan kebersihan didalam kabin bus
 3. Menempatkan peralatan keselamatan agar mudah dijangkau oleh penumpang atau kru

3 hal tersebut merupakan beberapa contoh dari aspek layanan yang dapat dibenahi oleh SJ. Bila aspek tersebut dapat diperbaiki dan dijaga dengan baik, maka dapat menjadi salah satu keunggulan layanan yang dimiliki oleh SJ dibandingkan kompetitor.

2. Persepsi harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas konsumen. Bila saat ini persepsi harga, dalam hal ini tarif layanan SJ Jakarta-Purwokerto diterima secara positif oleh konsumen, maka itu menjadi keuntungan bagi SJ. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh SJ guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen melalui persepsi harga diantaranya :

1. Memaksimalkan kelas layanan bus sesuai dengan harga tiket
2. Melakukan pemeliharaan armada secara berkala
3. Melakukan pembenahan untuk beberapa armada

Pembenahan dari segi layanan serta armada bus yang diberikan dalam kondisi bagus dan layak dapat meningkatkan penerimaan positif kepada konsumen mengenai persepsi harga layanan SJ, bahwa konsumen tidak merasakan kerugian atas biaya yang telah dikeluarkan.

3. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan yang hendak dicapai bagi semua perusahaan, baik yang menghasilkan produk barang maupun jasa layanan, termasuk perusahaan otobus. Dalam layanan Bus AKAP, kepuasan konsumen dapat dijaga sejak dari konsumen membeli tiket, naik didalam bus, selama perjalanan

hingga sampai ditempat tujuan. Beberapa aspek yang dapat dibenahi oleh SJ guna meningkatkan kepuasan konsumen selama menggunakan jasa Bus AKAP antara lain :

1. melakukan sosialisasi mengenai tatacara perubahan tiket,serta memberikan pengarahan kepada petugas tiket dalam mengakomodasi keinginan calon penumpang
2. memberikan pelatihan ketrampilan kepada kru agar sewaktu-waktu dapat menangani gangguan teknis selama di perjalanan

Dengan menjaga kelancaran perjalanan penumpang sejak dari awal hingga akhir, maka kepuasan konsumen yang diharapkan dapat tercapai

4. Loyalitas konsumen merupakan hal yang hendak dicapai sekaligus dipertahankan oleh setiap perusahaan,terlebih ketika kepuasan konsumen telah dicapai. Namun loyalitas konsumen menjadi lebih penting mengingat keterikatan yang dapat ditimbulkan antara perusahaan dan konsumen. Bila loyalitas konsumen terganggu maka dapat menyebabkan perpindahan konsumen. Untuk mengantisipasi hal tersebut,beberapa hal dapat dilakukan oleh SJ dalam meningkatkan sekaligus menjaga loyalitas konsumen :

1. Mempertimbangkan kenaikan tarif dalam keadaan-keadaan tertentu (seperti inflasi atau kenaikan BBM),dengan disertakan kompensasi kepada konsumen
2. Mengembangkan kelas layanan baru dengan ketersediaan armada yang baru dan layak digunakan
3. Mengimbangi kenaikan tarif dengan jaminan ketersediaan layanan Bus bagi penumpang
4. Konsistensi dari pelaksanaan dan penerapan kebijakan perusahaan yang didukung oleh semua elemen PO

5.2.2 Saran Akademis

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan pada trayek-trayek perjalanan antar kota lainnya. Penelitian dapat dilakukan dengan cangkupan yang lebih luas, tidak hanya berdasarkan satu perusahaan atau satu merek jasa, namun berdasarkan layanan trayek Bus AKAP. Dengan permasalahan yang lebih kompleks dan populasi serta sampel yang lebih besar diharapkan dapat menghasilkan suatu bentuk model struktural yang lebih kompleks dan dapat menjawab lebih banyak pertanyaan-pertanyaan ilmiah lainnya.

Selain itu, penelitian ini dapat dikembangkan pula pada moda transportasi lainnya seperti pesawat terbang, kapal laut, atau kereta api. Dengan penelitian seperti itu diharapkan pula akan memberikan masukan-masukan positif kepada penyedia jasa transportasi agar dapat memberikan layanan dengan baik, sehingga penumpang sebagai konsumen dapat merasakan layanan moda transportasi yang lebih baik di masa yang akan datang