

## **BAB V**

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

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan analisis data yang sudah dilakukan untuk menguji pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat disimpulkan:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, semakin tinggi kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, semakin tinggi kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi juga loyalitas pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan, semakin tinggi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi
4. Berdasarkan uji koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 41,3% sedangkan 58,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah disimpulkan, maka terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap

loyalitas pelanggan XL pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tinggi dan rendahnya loyalitas pelanggan dan hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Kualitas pelayanan memiliki peranan dalam membangun loyalitas pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan oleh gerai XL baik bagi pelanggan, maka setidaknya pelanggan akan bertahan menggunakan produk tersebut.

Kepuasan pelanggan juga merupakan faktor penting dalam terbentuknya suatu loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dalam menggunakan suatu produk tertentu baik dalam hal pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan harga yang ditetapkan perusahaan untuk menjual perusahaan akan tetap membeli dan menggunakan produk tersebut kembali.

Berdasarkan hasil analisis dari data kualitas pelayanan yang sudah diolah dapat diketahui bahwa indikator yang terendah berada pada sub indikator menumbuhkan rasa percaya dalam indikator jaminan sebesar 9,64% dan sub indikator yang paling tinggi adalah konsisten bersikap sopan dalam indikator jaminan, yaitu sebesar 10,54%. Hal ini berarti karyawan di gerai XL sudah bersikap sopan pada pelanggan.

Kepuasan pelanggan menggunakan dua indikator yaitu emosional pelanggan dan harga. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa

indikator terendah yaitu harga dan indikator tertinggi adalah emosional pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berlangganan dengan XL merasa nyaman dan merasa bangga dengan menggunakan operator seluler XL.

Loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, tetapi masih ada faktor lain yang mempengaruhinya.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat, yaitu:

1. Pada bagian kualitas pelayanan terdapat indikator terendah yaitu indikator jaminan dengan sub indikator menumbuhkan rasa percaya, sebaiknya perusahaan XL meningkatkan kepercayaan pada pelanggan XL dengan cara meyakinkan pelanggan bahwa data pelanggan aman dan tidak akan disalahgunakan, agar pelanggan tidak berpindah ke operator seluler lain.
2. Dalam variabel kepuasan pelanggan indikator yang terendah adalah harga. Perusahaan XL sebaiknya mengadakan survei pelanggan bagi pelajar dan mahasiswa yang berkaitan dengan harga yang akan ditetapkan, sehingga perusahaan dapat mengetahui harga yang cocok dan sesuai untuk pelajar dan mahasiswa.