

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti dapat memperoleh beberapa kesimpulan. Berikut beberapa kesimpulan yang peneliti peroleh:

1. Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui kualitas pelayanan Transjakarta dapat dikatakan baik. Karena tampilan halte Transjakarta bersih dan petugasnya menggunakan seragam yang rapi, kemudian petugas Transjakarta sering memberikan bantuan kepada pengguna Transjakarta, serta Transjakarta dapat diandalkan karena area pelayanan yang luas dan armada busnya relatif banyak.
2. Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui loyalitas konsumen Transjakarta dapat dikategorikan loyal. Karena tarif yang ditetapkan Transjakarta relatif lebih terjangkau dari transportasi lain, kemudian pengguna Transjakarta menceritakan pengalaman mereka menggunakan Transjakarta dan merekomendasikan Transjakarta kepada orang lain, serta pengguna menjadikan Transjakarta sebagai transportasi utama karena mereka puas menggunakan Transjakarta.
3. Hasil pengolahan data dapat dinyatakan dalam persamaan regresi:

$$Y = 11,54 + 0,59X$$

Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Yang lebih kecil dari 0,05. Dan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel

(10,863>1,97086). Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Transjakarta pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

4. Berdasarkan nilai koefisien determinasi atau R^2 , loyalitas konsumen 35,1% dipengaruhi oleh kualitas layanan. Sisanya sebesar 64,9% dipengaruhi oleh variabel lain, contohnya seperti persepsi harga, promosi, citra merek, dan ekuitas merek.

B. Saran

Melalui penelitian ini peneliti bermaksud memberikan saran, yang berdasarkan pada hasil penelitian ini. Adapun beberapa saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

1. Untuk Konsumen

Demi meningkatkan loyalitas pengguna transjakarta, Transjakarta sangat membutuhkan *feedback* berupa kritik dan saran yang membangun. Oleh karena itu, hendaknya konsumen meluangkan waktu untuk memberikan *feedback* melalui *platform* yang disediakan.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk mengetahui aspek lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen Transjakarta hendaknya peneliti selanjutnya menggunakan variabel independent selain kualitas pelayanan, contohnya seperti persepsi harga, promosi, citra merek, dan ekuitas merek.