

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan pemodelan *structural equation modelling*, dan dijalankan melalui program AMOS versi 21 untuk menguji ketujuh hipotesis dengan obyek PT. Kereta Api Indonesia di Yogyakarta, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, apabila kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik persepsi harga, maka konsumen juga semakin meningkat.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, ketika kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik, maka dapat mengakibatkan pelanggan menjadi loyal.
4. Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Artinya persepsi harga yang baik tidak memberikan pengaruh pada loyalitas pelanggan.

5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, tingkat kepuasan yang tinggi, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
6. Kepuasan pelanggan tidak mampu berperan sebagai mediator bagi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, kualitas pelayanan dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tanpa melalui kepuasan pelanggan.
7. Kepuasan pelanggan mampu berperan sebagai mediator bagi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, jika pelanggan sudah merasa puas dengan harga yang ditentukan, maka akan secara otomatis pelanggan akan loyal terhadap jasa.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan penelitian ini, yang meliputi :

1. Dalam penelitian ini hanya memiliki 4 variabel yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, mengingat masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Metode pengumpulan data pada penelitian ini hanya menggunakan kuesioner.
3. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah semua jenis layanan kereta api, tidak spesifik pada satu jasa tertentu di PT KAI.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan masukan yang dapat peneliti berikan adalah :

1. Saran bagi perusahaan

Diharapkan tetap meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan, serta meningkatkan fasilitas yang belum ada dikereta maupun stasiun. Sehingga diharapkan pelanggan merasakan puas atas fasilitas yang diberikan dan tercipta hubungan yang loyal terhadap PT. Kereta Api Indonesia

2. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambahkan variabel yang belum ada pada penelitian ini, misalnya persepsi nilai pelanggan atau citra perusahaan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian tidak hanya di Yogyakarta, namun bisa memperluas pada wilayah lainnya dan menentukan spesifik pada 1 layanan kereta api saja.