

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh faktor-faktor kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh signifikan dari keandalan, respon dan cara pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.
2. Variabel keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Variabel respon dan cara pemecahan masalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Variabel pengalaman karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Variabel kemudahan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Demi mempertahankan loyalitas pelanggan agar berkesinambungan, atau bahkan memperoleh konsumen baru, maka perusahaan harus lebih meningkatkan kepuasan pelanggan (konsumen) lebih tinggi dan secara kontinyu terus meningkat melalui perbaikan pelayanan yang antara lain meliputi memberikan potongan harga kepada setiap pelanggan untuk minimal 3 kali servis atau pemberian servis gratis 1 minggu ketika pelanggan menserviskan sepeda motornya minimal sebanyak 5 kali servis dan sebagainya.
2. Menjalin hubungan secara pribadi dengan pelanggan/responden. Hal tersebut berupa menganggap konsumen/responden sebagai keluarga, teman serta melayani konsumen, khususnya responden dengan ramah, sampai memberikan *rewarding* (balas jasa) kepada pelanggan/konsumen seperti pemberian hadiah cuma-cuma, bonus belanja, *voucher* belanja, maupun pemberian tiket film, sehingga pemberian *rewarding* tersebut ditujukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan agar lebih tinggi dari sebelumnya.
3. Menjaga dan memelihara pelanggan yang termasuk dalam kategori loyal dengan cara menjaga hubungan keterikatan emosional dengan pelanggan yaitu dengan menciptakan berbagai kegiatan/*event* khusus yang melibatkan pelanggan, sehingga pelanggan memperoleh pengalaman yang menyenangkan dari pengadaan *event* tersebut, sehingga hal tersebut mampu menciptakan loyalitas pelanggan pada perusahaan yang semakin meningkat dari sebelumnya.

4. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel penelitian selain keempat variabel independen yang ada dalam penelitian ini, misalnya daya tanggap (*responsiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan sebagainya.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Subyek penelitian hanya dilakukan pada pelanggan bengkel Perkasa Motor saja, sehingga hasil penelitian ini tingkat generalisasinya rendah atau kurang dapat dipublikasikan untuk umum.
2. Peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 100 responden, karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana dari peneliti.
3. Variabel yang diteliti sebatas pada keandalan (X_1), respon dan cara pemecahan masalah (X_2), pengalaman karyawan (X_3), kemudahan dan