

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya yang telah diuraikan oleh peneliti maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini.

1. Hasil Penelitian pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar terbukti bahwa Karakteristik Produk berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan:

a. Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan dan di pengaruhi oleh variabel X (karakteristik produk) dan variabel (Y) Kepuasan Pelanggan dapat di simpulkan sebagai berikut

1) Pengaruh langsung variabel X1 terhadap Z = 0,128

Pengaruh tidak langsung variabel X1 terhadap Z melalui Y

$$0,128 + (0,381 \times 0,616) = 0,128 + 0,234 = 0,362$$

2) Pengaruh langsung variabel X2 terhadap Z = 0,016

Pengaruh tidak langsung variabel X2 terhadap Z melalui Y

$$0,016 + (0,189 \times 0,616) = 0,016 + 0,116 = 0,132$$

3) Pengaruh langsung variabel X3 terhadap Z = 0,045

Pengaruh tidak langsung variabel X3 terhadap Z melalui Y

$$0,045 + (0,155 \times 0,616) = 0,128 + 0,095 = 0,140$$

- 4) Pengaruh langsung variabel X4 terhadap Z = -0,033
- Pengaruh tidak langsung variabel X4 terhadap Z melalui Y
- $$-0,033 + (-0,124 \times 0,616) = -0,033 + (-0,076) = -0,109$$
- b. Kontribusi *Intangibility* (X1) secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan (Z) sebesar $0,128^2 = 0,0164$ atau 1,64%
- c. Kontribusi *Inseparability* (X2) secara tidak langsung mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar $0,016^2 = 0,0003$ atau 0,03%
- d. Kontribusi *Variability* (X3) secara tidak langsung mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar $0,045^2 = 0,0020$ atau 0,2%
- e. Kontribusi *Perishability* (X4) secara tidak langsung mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar $-0,033^2 = 0,0011$ atau 0,11%
- f. Kontribusi Kepuasan (Y) secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan (Z) sebesar $0,616^2 = 0,3794$ atau 38%
- g. Kontribusi *Intangibility* (X1), *Inseparability* (X2), *Variability* (X3), *Perishability* (X4) dan Kontribusi Kepuasan (Y) secara simultan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar $R^2_{\text{square}} = 0,710 = 71\%$. Sisanya sebesar $0,290 = 29\%$ dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat dijelaskan variabel yang paling berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan adalah variabel variabel kepuasan pelanggan. Variabel Z (Loyalitas) di pengaruhi oleh variabel X (Karakteristik Produk) dan variabel Y (Kepuasan) dan berpengaruh signifikan. Karena koefisien path bertanda positif mengindikasikan

bahwa semakin tinggi karakteristik produk dan kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan

2. Hasil Penelitian membuktikan bahwa karakteristik Produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan yang datang ke Ahas 844 Sido Makmur Blitar hal ini dibuktikan dengan:
 - a. Kontribusi *Intangibility* (X1) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $0,381^2 = 0,1451$ atau 14,51%
 - b. Kontribusi *Inseparability* (X2) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $0,189^2 = 0,0357$ atau 3,57%
 - c. Kontribusi *Variability* (X3) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $0,155^2 = 0,0240$ atau 2,4%
 - d. Kontribusi *Perishability* (X4) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $-0,124^2 = 0,0153$ atau 1,53%
 - e. Kontribusi *Intangibility* (X1), *Inseparability* (X2), *Variability* (X3), *Perishability* (X4) secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $R^2_{\text{square}} = 0,298 = 29,8\%$. Sisanya sebesar $0,702 = 70,2\%$ dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian

B. Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya yang telah diuraikan oleh peneliti maka dapat dikemukakan beberapa saran dari penelitian ini.

1. Peningkatan Karakteristik Produk untuk memperoleh Kepuasan dan Loyalitas pelanggan sebaiknya dilakukan oleh Perusahaan dalam meningkatkan *Intangibility*, *Inseparability*, *Variability*, *Perishability*, khususnya dengan cara:
 - a. Memperbaiki ruang tunggu yang sudah ada seperti kursi tunggu pelanggan, serta menambahkan sejumlah sarana penunjang seperti audio, kipas angin, kanopi agar pelanggan merasa nyaman saat menunggu kendaraannya untuk di servis dan penambahan fasilitas seperti mushola serta melengkapi peralatan yang dapat menunjang para mekanik, dan pencantuman harga secara detail di tempat yang strategis membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya terhadap karakteristik produk yang telah diberikan oleh perusahaan.
 - b. Pengarahan kepada bagian administrasi seperti menjelaskan kepada pelanggan tentang total biaya yang telah dikeluarkan oleh pelanggan agar pelayanan pada bagian administrasi dapat memenuhi harapan pelanggan, menambahkan peralatan terbaru agar pelanggan merasa yakin bahwa mereka tidak salah mempercayakan kendaraannya untuk di servis, penempatan orang yang khusus untuk menjelaskan informasi seputar suku cadang kepada pelanggansaat kendaraannya di servis maupun saat pergantian suku cadang kendaraan mereka agar tidak ada kecurigaan dari pelanggan terhadap para mekanik sebagai bentuk Karakteristik Produk yang melekat pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

2. Mempertahankan dan meningkatkan karakteristik produk dan kepuasan pelanggan sangatlah vital bagi perusahaan karena karakteristik produk dan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan membentuk pandangan baru pelanggan bahwa mereka akan menjadi pelanggan yang setia dan loyal terhadap perusahaan.
3. Meskipun karakteristik produk dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan dalam mendapatkan loyalitas pelanggan tetapi masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan seperti ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, pengalaman dengan perusahaan dan merek yang perlu dikaji oleh perusahaan agar perusahaan dapat menjadi lebih baik lagi.