

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,681 ($p = 0,000$), sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima yaitu terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kualitas pelayanan membuat konsumen nyaman menggunakan produk maupun jasa dan merasa mendapatkan fasilitas yang terbaik baginya, sehingga dapat menimbulkan loyalitas yang tinggi yaitu akan melakukan pembelian berulang di tempat tersebut yang dianggap kualitasnya baik dan bersedia membeli setiap komponen yang ditawarkan oleh tempat tersebut. Sebaliknya, konsumen yang mempersepsikan negatif terhadap kualitas pelayanan maka akan memandang bahwa pelayanan yang diberikan terlalu lambat, kualitas tidak sesuai dengan harapannya, dan tidak tanggap terhadap pendapat konsumen, sehingga dapat menimbulkan loyalitas yang rendah dengan membicarakan pengalaman buruk kepada orang lain yang dapat menurunkan pendapatan jasa maupun produk tersebut.

Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar sebesar 0,464, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan memberikan sumbangan efektif sebesar 46,4% terhadap variabel loyalitas pelanggan dan sisanya 53,6% dipengaruhi oleh faktor-

faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. seperti faktor harga, produk, lokasi, desain tempat, dan promosi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak terkait bengkel X

Bagi pihak bengkel X yaitu pemilik bengkel dan karyawan agar dapat menumbuhkan loyalitas konsumen maka diperlukan pemberian kualitas pelayanan yang baik seperti tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan, merespon dengan baik yang diinginkan konsumen, menggunakan peralatan yang memadai, dan memperbanyak varian produk, sehingga konsumen yang berpersepsi positif terhadap kualitas pelayanan menjadikannya loyal untuk melakukan transaksi berulang bahkan merekomendasikan bengkel ini kepada orang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti dengan mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini agar memperkaya ilmu pengetahuan dan peneliti selanjutnya dapat mengetahui hubungan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen seperti faktor harga, produk, lokasi, desain tempat, dan promosi.