

BAB IV PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden yang merupakan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang, didapatkan kesimpulan:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan kearah positif. Sehingga diartikan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan pada jasa di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang maka akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Berdasarkan tanggapan dari para responden, pelanggan merasa pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang sudah baik, pelanggan merasa pelayanan yang diberikan sesuai cepat dan tanggap serta memberikan solusi disaat perusahaan terjadi permasalahan.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan arah positif. Artinya, semakin baik Kualitas Pelyanan pada jasa PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang, maka akan semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang. Berdasarkan pendapat responden, responden merasa puas dengan kinerja dari perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan memiliki arah positif. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan pada jasa PT. Pos

Indonesia (Persero) KCU Malang, maka akan semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan terhadap jasa PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang.

4. Hasil analisis dari hubungan tidak langsung antara Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan variabel Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening menunjukkan adanya pengaruh signifikan kearah hubungan positif. Maka dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan pada jasa PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang akan menciptakan kepuasan pada pelanggan sehingga akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Kepuasan Pelanggan adalah *partial mediation*, karena ada tidaknya Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening, korelasi antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan tetap bermakna.

4.2. Saran

Pada hasil penelitian ini, peneliti memiliki saran yang dapat digunakan sebagai masukan sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan masih terdapat item pertanyaan yang memiliki skor dibawah rata-rata. Item pernyataan yang masih dibawah rata-rata yaitu pada indikator assurance dapat ditingkatkan dengan lebih tanggap dan cepat jika ada masalah dengan cara mengganti atau memberikan kompensasi atau ganti rugi yang masalahnya datang dari PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang.
2. Pada variabel kepuasan pelanggan masih terdapat item pernyataan yang memiliki skor dibawah rata-rata. Item pernyataan yang masih dibawah rata-

rata yaitu pada indikator kesesuaian harapan dapat ditingkatkan dengan cara memfollow up pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Malang ketika barang datang tidak sesuai dengan estimasi yang ada.

3. Kemudian pada variabel loyalitas pelanggan masih terdapat item pernyataan yang memiliki skor dibawah rata-rata. Item pernyataan yang masih dibawah rata-rata yaitu pembelian ulang yang dapat ditingkatkan dengan cara terus menjaga hubungan dengan pelanggan dan memberikan berbagai macam promo untuk menarik pelanggan.
4. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat dikembangkan menjadi lebih baik dari penelitian ini. Kemudian ditemukan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai F-square 0,241 terhadap kepuasan pelanggan. Selanjtnya ditemukan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai F-square 0,448 terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai F-square 0,532 terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak cukup untuk mengetahui loyalitas pelanggan. Adapun saran untuk peneliti berikutnya adalah untuk dapat mengembangkan penelitian dengan variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti persepsi harga, citra perusahaan dan kepercayaan. Seperti contoh yang bisa dikutip dari penelitian terdahulu Rudy Hartanto (2018) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Toko Kalimas” yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.