

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis pada bab-bab sebelumnya yang telah penulis uraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Melalui uji simultan (uji F) didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan variabel X (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (loyalitas pelanggan) dengan nilai F hitung sebesar $11,689 >$ dari F tabel sebesar 2,386. Sedangkan melalui uji secara parsial (uji T) didapatkan hasil bahwa ada dua dimensi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang yaitu dimensi keandalan dan dimensi empati dengan tingkat signifikan 0,000 dan 0,006. Dimensi yang tidak berpengaruh signifikan adalah dimensi bukti fisik (tingkat signifikan 0,956), daya tanggap (tingkat signifikan 0,863) dan jaminan (tingkat signifikan 0,744).
2. Faktor yang paling mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan adalah dimensi keandalan (*reliability*) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,869 atau 86,9%.

5.2 Saran

1. Sebaiknya PD Sumber Cahaya Abadi Palembang harus meningkatkan kualitas pelayanan terutama dimensi yang tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Seperti bukti fisik (*Tangible*) misalnya dengan cara memberikan pengharum ruangan supaya bau yang timbul dari karet ban tidak mengganggu kenyamanan pelanggan saat berada di ruang tunggu dan memberikan seragam kepada karyawannya sehingga berpenampilan rapi saat memberikan pelayanan kepada pelanggan. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu dengan menambahkan karyawan untuk ditempatkan di bagian montir sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat ketika

pelanggan banyak melakukan bongkar pasang ban. Jaminan (*Assurance*), tetap memberikan produk ban dan velg dengan kualitas yang baik sehingga pelanggan tetap percaya menggunakan produk yang ditawarkan walaupun PD Sumber Cahaya Abadi tidak memberikan garansi atas produk tersebut.

2. PD Sumber Cahaya Abadi Palembang sebaiknya tetap meningkatkan dimensi keandalan (*reliability*) yang meliputi karyawan melaksanakan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan, karyawan memberikan kesungguhan terhadap konsumen yang mendapat masalah, kehandalan dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir, ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan dan ketepatan dalam penanganan nota pembelian karena dimensi tersebut memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan.