

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh kualitas jasa travel Cipaganti terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan dari hasil penelitian pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan, didapati bahwa kualitas jasa travel Cipaganti mempengaruhi kepuasan pelanggan namun hanya pada dimensi *tangible* dan *emphaty* saja, sementara dimensi *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sementara berdasarkan hasil penelitian pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, didapati bahwa loyalitas pelanggan pun dipengaruhi oleh kepuasan. Loyalitas dipengaruhi kualitas jasa hanya pada beberapa dimensi, yaitu *tangible*, *responsiveness* dan *assurance*. Sementara dimensi lainnya tidak mempengaruhi loyalitas.

#### 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan dilihat dari kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada sedikit saran yang diberikan sebagai masukan untuk bahan

pertimbangan dalam pengambilan keputusan, dan diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengusaha travel dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yaitu fasilitas kendaraan yang memadai, kecepatan pelayanan haruslah benar-benar terkonsep dengan baik, konsisten dalam melayani pelanggan, memiliki ketepatan pelayanan. Hal ini penting untuk dilakukan oleh para pelaku usaha travel mengingat persaingan di bisnis ini semakin hari semakin ketat, sehingga akan semakin sulit untuk dibedakan, terbukti dengan hadirnya banyak travel-travel baru yang sejenis yang menawarkan pelayanan yang tidak jauh berbeda dengan yang lainnya.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi, antara lain adalah peneliti tidak menyebarkan kuesioner langsung di tempat yang menjadi objek penelitian. Hal ini mungkin mempengaruhi tingkat akurasi dari jawaban responden mengingat situasi yang tidak mendukung pelanggan untuk melakukan penelitian.

### 5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang

1. Menyebarkan kuesioner kepada responden hendaknya dilakukan langsung di tempat yang menjadi objek penelitian agar pelanggan yang bersangkutan dapat memberikan penelitian yang lebih objektif.
2. Gunakan teknik pengumpulan data lain selain kuesioner, yang dapat memberikan data dengan tingkat akurasi yang lebih baik, dan jika hasil yang didapati tidak signifikan,

maka peneliti perlu melakukan wawancara kembali dengan beberapa orang responden sebelumnya yang dipilih secara acak.