

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas pada bab IV, maka penulis tertarik beberapa kesimpulan dari pembahasan mengenai pengaruh Kualitas pelayanan ‘Cyber Park’ terhadap loyalitas pelanggan. Adapun kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kesimpulan yang diperoleh dari tabel XV dapat dilihat dari *R Square* sebesar 0.602. Hal ini menunjukkan bahwa 60.2% variasi dari *customer loyalty* bisa dijelaskan oleh variabel dari *service quality* (variabel *independent*, yaitu *tangibles*, *reliability*, dan *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. 39.8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain terdiri dari faktor-faktor dari nilai 39.8 % terdapat dari buku kotler dan armstrong (2001)
 - Sikap negatif dari orang sebelum mengenal manfaat dan kegunaan suatu produk atau jasa lebih jauh. Terkadang konsumen sudah menilai suatu produk tersebut hanya mendengar atau mendapatkan informasi yang belum pasti sumbernya dan tidak memiliki keinginan untuk jauh lebih mengenal dari sudut pandang seorang konsumen yang ingin mengetahui manfaat dan kegunaan produk tersebut
 - Motivasi konsumen untuk menuruti atau dipengaruhi orang lain sehingga pembeliaannya bisa berubah. Tipe konsumen yang seperti ini merupakan konsumen yang kurang. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh dari setiap variabel independen pada variabel *dependent* dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t dengan $\alpha = 0.05$. Berdasarkan pada

tabel XIV, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan pada *customer loyalty*. Hasil ini mendukung hipotesis (H1). Penemuan ini mengkonfirmasi hasil penemuan penelitian yang dihasilkan, menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Hasil yang diperoleh dari tabel XIV Service Quality (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) didapat nilai F 43.640 dengan nilai signifikan 0.000, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, karena $sig < 0.000 < \alpha$, hasil ini menunjukkan bahwa *service quality* yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada 'Cyber Park'

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya menggunakan variabel *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dalam menguji terdapat pengaruh loyalitas konsumen.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di sekitar lingkungan kampus Universitas Kristen Maranatha, terhadap kualitas 'Cyber Park'.

5.3 Saran

1. Dalam penelitian selanjutnya, penulis ingin menyarankan agar dapat lebih baik memberikan pelayanan 'Cyber Park' terhadap loyalitas konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yg mempengaruhi *service quality* yang baik.

2. Penulis ingin menyarankan agar dapat memperluas sikap tanggap dan siaga untuk melayani kebutuhan mahasiswa-mahasiswi dalam melengkapi dokumen belajar mengajar, selain itu Cyber Park pun sebaiknya memberikan kualitas di luar kampus Universitas Kristen Maranatha, agar dapat lebih eksis untung memberikan pelayanan kepada masyarakat. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan di banyak tempat yang lebih beragam, seperti sekolah, perusahaan, mall, maupun universitas lainnya