

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Peranan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi (Studi pada Pelanggan Telkom Speedy Bandung)”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (X2) dengan total pengaruh sebesar 54,03% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 45,97%.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan total pengaruh sebesar 36,73% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 63,27%.
3. Kualitas Layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (X2) serta berdampak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan total pengaruh sebesar 44,55%.

#### **5.2. Saran**

Dari hasil dan kesimpulan yang telah didapatkan peneliti, maka peneliti ingin menyarankan beberapa hal baik kepada perusahaan penerbangan AirAsia airline (praktisi) maupun bagi akademisi, yaitu :

- **Bagi perusahaan Telkom Speedy Bandung :**

1. Dimensi kualitas layanan mengenai tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy mendapatkan tanggapan yang baik dari responden, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik mengenai dimensi tersebut sehingga perusahaan sebaiknya mempertahankannya tetapi akan lebih baik apabila perusahaan dapat meningkatkannya menjadi lebih baik.
2. Telkom Speedy Bandung perlu memperhatikan dan meninjau kembali variabel kepuasan pelanggan yang mendapatkan tanggapan tidak begitu baik dari responden karena kepuasan pelanggan adalah dasar menuju terwujudnya loyalitas pelanggan.
3. Tingkat loyalitas yang ditunjukkan terhadap Telkom Speedy Bandung menunjukkan nilai yang tidak baik terhadap perusahaan. Perusahaan sebaiknya mulai memfokuskan diri untuk meningkatkan loyalitas terhadap Telkom Speedy agar dapat membina hubungan jangka panjang tentu meningkatkan keuntungan yang didapatkan.
4. Perusahaan juga sebaiknya terfokus pada kualitas layanan yang diberikan karena kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan, selain itu kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

• **Bagi akademisi :**

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan mengenai validitas eksternal lain dikarenakan data dikumpulkan dari pelanggan satu perusahaan layanan

internet saja. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai perusahaan layanan internet yang ada.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 54,03%, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan total pengaruh sebesar 44,55%, sehingga terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk diteliti lebih lanjut.