

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT.Pos Indonesia Cabang Asia Afrika Bandung bagian Paket dalam Negeri terhadap pelanggannya, hampir memenuhi harapan dilihat dari perbandingan antara kinerja dan harapan (P/E) pada dimensi *tangibles* sebesar 0,8465, *empathy* sebesar 0,855, dimensi *reliability* sebesar 0,880, dimensi *responsiveness* sebesar 0,796, dan dimensi *assurance* sebesar 0,830.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikatakan pelanggan PT.Pos Indonesia Cabang Asia Afrika Bandung bagian Paket dalam Negeri cukup loyal, ini ditunjukkan dari nilai rata-rata sebesar 2,634 dimana penilaian loyalitas pelanggan dilihat dari pembelian ulang yang teratur sebesar 2,180. mereferensikan kepada orang lain sebesar 2,918 dan kekebalan pelanggan terhadap daya tarik penawaran dari pesaing sebesar 2,804.
3. Hasil uji statistik korelasi Pearson menunjukkan bahwa terdapat hubungan cukup erat atau berarti antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan PT.Pos Indonesia Cabang Asia Afrika Bandung bagian Paket dalam Negeri, yaitu sebesar 0,564. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi

pengaruh yang cukup erat dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan melalui uji hipotesis dengan menggunakan uji t, dapat diketahui bahwa hipotesis yang penulis ajukan dapat diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan berdasarkan kriteria uji t dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan paket dalam negeri dengan loyalitas pelanggan, yaitu sebesar 31,81%.

5.2 Saran

1. Besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan PT.Pos Indonesia Cabang Asia Afrika Bandung bagian Paket Pos dalam Negeri dengan loyalitas pelanggan adalah 31,81%, berarti masih ada faktor lain sebesar 68,19% yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan selain kualitas pelayanan, seperti harga, promosi, distribusi, pesaing dan produk/jasa itu sendiri.. Untuk itu disarankan adanya penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara harga, promosi, distribusi, pesaing dan produk/jasa itu sendiri dengan loyalitas pelanggan di PT.Pos Indonesia Cabang Asia Afrika Bandung bagian Paket dalam Negeri.
2. Loyalitas pelanggan dapat meningkat apabila kualitas pelayanan diberikan dengan baik. Oleh karena itu, PT.Pos Indonesia Cabang Asia Afrika Bandung bagian Paket dalam Negeri hendaknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan dan memperhatikan keluhan-keluhan dari pelanggan untuk dijadikan bahan menuju ke arah yang lebih baik. Selain itu, PT.Pos Indonesia Cabang Asia Afrika Bandung hendaknya berusaha untuk mencari tahu sejauh mana pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, misalnya

dengan angket yang disebarakan atau disediakan kotak saran untuk pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan yang utama dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan.