

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Untuk Uji Hipotesis 1, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Dengan demikian, Terdapat Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan koefisien Determinasi, pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 81.8%
2. Untuk Uji Hipotesis 2, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Dengan demikian, Terdapat Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan koefisien determinasi, pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 80.0%.
3. Untuk Uji Hipotesis 3, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Dengan demikian, Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan secara bersama-sama. Berdasarkan koefisien determinasi, pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan loyalitas adalah sebesar 87.9%

5.2. Implikasi penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, didapat bahwa Terdapat Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Terdapat Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres Bandung. Untuk itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan Kualitas Pelayanan kepada para konsumen.

5.3. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pelanggan J&T Ekspres Bandung, mengukur variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan, dan dilakukan pada 100 orang responden

5.4. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap baik Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan terus menerus. Sasarannya, adalah saat terjadi peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di kemudian hari.