

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari uraian pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- Terdapat hubungan signifikan yang moderat antara persepsi tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede di Bandung.
- Pada pelayanan jasa KA Argo Gede, kualitas pelayanan yang dihayati konsumen paling sesuai adalah aspek kesigapan (*responsiveness*), aspek meyakinkan (*assurance*), dan aspek tampilan fisik (*tangibles*). Serta aspek yang dihayati konsumen tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen adalah aspek menaruh perhatian (*emphaty*) dan aspek keandalan (*reliability*).
- Konsumen yang menunjukkan sikap positif maupun sikap negatif, serta menunjukkan perilaku pembelian berulang yang tinggi maupun perilaku pembelian berulang yang rendah terhadap KA Argo Gede. Selain itu, konsumen yang menghayati aspek-aspek kualitas pelayanan tidak sesuai dengan kebutuhannya dari pelayanan KA Argo Gede yang diterimanya, terdapat konsumen yang menunjukkan sikap positif maupun sikap negatif, serta menunjukkan perilaku pembelian berulang yang tinggi maupun perilaku pembelian berulang yang rendah terhadap KA Argo Gede.

- Menurut teori *Jill Griffin* mengenai jenis loyalitas, sebagian besar konsumen KA Argo Gede di Bandung tergolong dalam jenis loyalitas *premiu*, dimana kosumen KA Argo Gede menunjukkan sikap positif dan diikuti perilaku pembelian ulang pada jasa KA Argo Gede.

5.2 Saran

5.2.1. Saran bagi Penelitian Lanjutan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk:

1. Meneliti hubungan antara kepuasan terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede di Bandung.
2. Meneliti pengaruh persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede di Bandung.

5.2.2. Saran Guna Laksana

Bagi pimpinan PT Kereta Api Indonesia (KAI) di Bandung, dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede, ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian lebih, antara lain:

1. Untuk lebih meningkatkan aspek *tangibles* terutama dalam hal ketersediaan ruang tunggu yang bersih dan nyaman, dan ketersediaan fasilitas parkir yang memadai.
2. Lebih meningkatkan aspek *reliability* terutama dalam hal keakuratan jadwal keberangkatan dan kedatangan KA Argo Gede.
3. Lebih meningkatkan aspek *emphaty* terutama dalam hal kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen.

Selain beberapa hal yang perlu diperbaiki kualitas pelayanannya, PT KAI juga diharapkan dapat mempertahankan beberapa aspek agar tetap baik kinerjanya, sehingga kualitas pelayanan PT Kereta Api Indonesia di Bandung tetap baik, aspek-aspek tersebut antara lain:

1. Lokasi perusahaan mudah dijangkau
2. Penataan interior dan layout loket penjualan tiket
3. Kebersihan dan kenyamanan fasilitas gerbong KA Argo Gede
4. Kelengkapan fasilitas audio dan video KA Argo Gede
5. Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai KA Argo Gede
6. Ketersediaan petugas keamanan di dalam gerbong KA Argo Gede sehingga memberikan rasa aman bagi konsumen
7. Kondisi kereta dan jalur yang dilalui KA Argo Gede, sehingga mampu menjamin keselamatan konsumen

8. Kesigapan petugas loket dalam melayani pembelian tiket kepada penumpang KA Argo Gede
9. Karyawan dapat dengan cepat mencari informasi yang diperlukan pelanggan
10. Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen yang mengalami kesulitan
11. Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang KA Argo Gede
12. Penjelasan tentang KA Argo Gede yang mudah dimengerti konsumen
13. Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
14. Kemampuan karyawan dalam mengoperasikan komputer
15. Kesiediaan karyawan meluangkan waktu yang cukup untuk melayani konsumen
16. Kemudahan mengakses tiket KA Argo Gede bagi konsumen