

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari tanggapan responden terhadap kualitas jasa shuttle point to point, konsumen menilai indikator ketepatan waktu keberangkatan sesuai dengan janji yang di berikan dan indikator staf/pegawai mempunyai kompetensi/kemampuan yang luas merupakan indikator yang paling dominan, hal ini dikarenakan 33% responden (33 orang) menilai sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Dan sebanyak 63% responden (63 orang) memilih setuju dengan indikator yang menyatakan kondisi kendaraan yang digunakan memenuhi standar keamanan.
2. Dari tanggapan responden terhadap loyalitas konsumen, sebanyak 36% responden (36 orang) menyatakan sangat setuju dengan pernyataan bahwa responden akan mengajak orang lain menggunakan shuttle point to point cipaganti ketika mereka membutuhkan jasa shuttle. Dan responden akan memberitahukan pengalaman menggunakan jasa shuttle point to point cipaganti kepada orang lain, dikarenakan sebanyak 49% responden (49) orang memilih setuju untuk pernyataan tersebut.
2. Pengaruh kualitas jasa shuttle point to point cipaganti terhadap kualitas jasa memiliki pengaruh yang cukup tinggi, ini di lihat dari hasil pengujian statistik, didapat nilai koefisien determinasi (adjusted R square) sebesar 0.761, yang berarti bahwa Kualitas Jasa memiliki kontribusi sebesar 76.1% terhadap nilai Loyalitas Konsumen yang diteliti, sedangkan 23.9% dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang ada di lingkungan pengguna Shuttle Point to Point Cipaganti, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang dibuat, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Dari tanggapan responden terhadap kualitas jasa, maka perusahaan harus meningkatkan kondisi tempat receptionist sehingga menjadi bersih dan rapih, hal ini dikarenakan sebanyak 17% responden (17 orang) memilih sangat tdak setuju untuk pernyataan bahwa kondisi receptionist bersih dan rapih. Perusahaan juga harus meningkatkan penampilan staf/pegawai cipaganti untuk berpenampilan menarik karena sebanyak 37% responden (37orang) memilih tidak setuju untuk pernyataan penampilan staf/pegawai cipaganti berpenampilan menarik.
2. Dari tanggapan responden terhadap loyalitas konsumen, maka perusahaan harus meningkatkan promosi yang lebih menarik, hal ini dikarenakan sebanyak 14% responden (14 orang) memilih sangat tidak setuju untuk pernyataan menggunakan shuttle point to point cipaganti meskipun shuttle lain memberikan promosi yang lebih menarik. Dan perusahaan juga harus meningkatkan promosi jasa penyewaan mobil cipaganti, hal ini dikarenakan sebanyak 24% responden (24 orang) tidak setuju dengan pernyataan menggunakan jasa sewa mobil cipaganti.