

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan dan melihat rumusan masalah pada penelitian ini, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut,

1. Pengaruh variabel Kualitas Layanan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki "pengaruh positif dan signifikan" terhadap loyalitas pelanggan. Jika elemen layanan seperti keandalan, jaminan, dan responsivitas ditingkatkan, ini secara langsung meningkatkan loyalitas pelanggan dan niat untuk membeli kembali.
2. Pengaruh variabel Harga: Hasil menunjukkan bahwa harga memiliki korelasi positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, harga yang terjangkau, adil, dan sesuai dengan kualitas layanan La Tansa sangat penting untuk membangun dan mempertahankan pelanggan.
3. Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berkontribusi sebesar 88,4 persen terhadap loyalitas pelanggan di La Tansa Fotocopy, menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memainkan peran penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Faktor-faktor tambahan sebesar 11,6 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dibahas dalam studi ini. Harga mempengaruhi loyalitas pelanggan paling banyak dari kedua faktor tersebut. Ini menunjukkan bahwa pelanggan La Tansa terutama bergantung pada keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan layanan tersebut pada harga yang mereka anggap wajar dan sesuai dengan kualitasnya.
4. Uji Hipotesis variabel Kualitas Layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Artinya, hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan "dapat diterima". Nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas

0,05, membuktikan bahwa pengaruh tersebut benar-benar signifikan secara statistik.

5. Uji Hipotesis variabel Harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan “dapat diterima”. Nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas 0,05, memperkuat bahwa pengaruh tersebut terbukti signifikan secara statistik.
6. Kontribusi Model dan Uji Hipotesis Bersamaan (Uji F) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara keseluruhan. Dengan kata lain, hipotesis alternatif mengatakan bahwa kedua faktor tersebut mempengaruhi loyalitas pelanggan secara bersamaan. Nilai signifikansi uji F sebesar 0.000, yang lebih rendah dari ambang batas 0.05, mendukung kesimpulan ini. Selain itu, hasil menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang kuat, karena kontribusi gabungan kedua variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan mencapai 88,4 persen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang sudah dipaparkan, maka peneliti ingin mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai masukan, diantaranya:

- 1) Bagi La Tansa Fotocopy
 - a) Pengelolaan Harga: Karena harga merupakan faktor yang paling berpengaruh, La Tansa disarankan untuk terus menerapkan strategi penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau untuk memastikan bahwa harga tetap sejalan dengan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Pelanggan sangat memperhatikan faktor ini.
 - b) Peningkatan Kualitas Layanan: Upaya harus difokuskan pada perbaikan kinerja penting seperti keandalan (ketepatan dan ketepatan waktu layanan) dan responsivitas (kecepatan dan ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan).

- c) Meningkatkan Rekomendasi Pelanggan: La Tansa dapat meningkatkan promosi dari mulut ke mulut dengan menawarkan insentif atau hadiah kepada pelanggan yang merekomendasikan bisnis ini kepada orang lain. Ini karena keinginan pelanggan yang kuat untuk berbagi pengalaman yang baik dengan orang lain.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, misalnya harga, biaya atau emosional. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menggunakan metode lain untuk bisa lebih menyempurnakan penelitian.