

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan jawaban dari perumusan masalah serta pembuktian hipotesis penelitian dari hasil pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis satu membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa semakin tingginya kualitas layanan yang diberikan oleh jasa rental mobil VQ Trans maka pelanggan akan merasa puas. Hal tersebut disebabkan karena rental mobil VQ Trans dapat menyediakan jasa yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan.
2. Hasil pengujian hipotesis dua membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa harga belum tentu dapat memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Hal tersebut disebabkan karena rental mobil VQ Trans tidak dapat menyediakan jasa atau pelayanan dengan harga yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, dengan tidak terpenuhinya harapan pelanggan maka pelanggan tidak merasa puas dengan harga yang telah ditentukan oleh rental mobil VQ Trans.
3. Hasil pengujian hipotesis tiga membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa semakin tingginya kualitas layanan yang diberikan oleh jasa rental mobil

VQ Trans maka pelanggan akan menggunakan jasa rental mobil VQ Trans kembali. Hal tersebut disebabkan karena rental mobil VQ Trans dapat menyediakan jasa atau pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, dengan terpenuhinya harapan pelanggan maka pelanggan akan menggunakan jasa rental mobil VQ Trans kembali serta pelanggan akan merekomendasikan rental mobil VQ Trans kepada orang lain.

4. Hasil pengujian hipotesis empat membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti harga yang diberikan rental mobil VQ Trans tidak dapat memenuhi kebutuhan dan harapan para konsumen, sehingga harga tidak dapat meningkatkan kelayakan pelanggan terhadap jasa rental mobil VQ Trans. Hal tersebut disebabkan karena rental mobil VQ Trans tidak dapat memberikan harga sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga pelanggan mengeluarkan biaya sesuai dengan harapan.
5. Hasil pengujian hipotesis lima membuktikan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang tidak merasa puas dapat mengakibatkan pelanggan dapat berpindah menggunakan jasa pada yang lainnya. Hal tersebut disebabkan karena pelanggan menganggap bahwa biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan, dengan tidak terpenuhinya harapan pelanggan maka pelanggan akan

mempertimbangkan apabila akan menggunakan jasa rental mobil VQ Trans kembali.

6. Hasil pengujian hipotesis enam membuktikan bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti kualitas layanan dapat langsung mempengaruhi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Hal tersebut disebabkan karena rental mobil VQ Trans dapat menyediakan jasa atau pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, dengan terpenuhinya harapan pelanggan maka pelanggan akan menggunakan jasa rental mobil VQ Trans kembali.
7. Hasil pengujian hipotesis tujuh membuktikan bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti harga tidak dapat mempengaruhi pada peningkatan loyalitas pelanggan serta harga juga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut disebabkan karena rental mobil VQ Trans tidak dapat menyediakan jasa atau pelayanan dengan harga yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Harga yang diberikan oleh rental mobil VQ Trans tidak mampu mendorong pelanggan untuk menggunakan jasa rental mobil VQ Trans kembali, sehingga pelanggan akan mempertimbangkannya kembali jika ingin menggunakan jasa rental mobil VQ Trans.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pernyataan pada X1.2, X1.3, X1.5, X2.2, X2.3, dan Z1.2 tidak valid karena memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,5, sehingga peneliti perlu melakukan penghapusan data untuk pernyataan X1.2, X1.3 dan X2.1.
2. Adanya kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini hanya untuk masyarakat yang berumur diatas 17 tahun.
3. Adanya kuisisioner yang tidak dikembalikan responden dan terdapat kuisisioner yang tidak diisi oleh responden.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan bagi pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menggunakan variabel mediasi lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperbanyak jumlah responden selain masyarakat daerah Surabaya dan Sidoarjo.
3. Rental mobil VQ Trans diharapkan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, tidak hanya melalui kualitas layanan saja, melainkan meningkatkan promosi-promosi serta dapat menerapkan harga yang dapat bersaing dengan rental mobil lainnya, mengingat pada hasil

penelitian ini banyak pelanggan yang tidak puas dengan harga yang diberikan oleh rental mobil VQ Trans.



DAFTAR RUJUKAN

- Al-Msallam, S. 2015. Relationship Between Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Banking Sector in Syria. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 27-34.
- Astrida, N. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Inna Dharma Deli Medan.
- Fandy, T. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fandy, T. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Imam, G. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2011. *Pedoman Survei Kuesioner: Pengembangan Kuesioner, Mengatasi Bisnis, dan Meningkatkan Respon*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. 2016. *Principle of Marketing Edisi 16*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Minh, N. V., & Nguyen, H. H. 2016. The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, 103-116.
- Mudrajad, K. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Rusdianto. 2015. Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Pewangi dan Pelembut Pakaian Merek Downy (Study Kasus pada Perumahan Taman Aloha Sidoarjo). *Jurnal Bisnis Indonesia Vol. 6 No. 2*, 191.
- Setyaningrum, & dkk. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sri, W. 2018. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management 4*, 1-15.