

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat dihasilkan kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden dari setiap indikator diketahui bahwa kualitas pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Taksi Kosti Semarang sudah baik dan memuaskan, tetapi masih ada beberapa indikator yang dinilai kurang baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil rekapitulasi yang terdiri dari 4 indikator yang memiliki nilai terendah, yaitu : Persepsi responden mengenai daya tanggap pengemudi terhadap keluhan pelanggan, kebanyakan responden menilai tidak sesuai dengan jumlah persentase 4.6 %. Persepsi mengenai nilai sosial (social value) berkaitan dengan rasa bangga pelanggan, kebanyakan responden menilai kurang sesuai dengan jumlah persentase 4.7 %. Persepsi mengenai kepuasan pelanggan berkaitan dengan kepuasan saat pemakaian (argo pembayaran), kebanyakan responden menilai kurang sesuai dengan jumlah persentase 4.7 %. Persepsi mengenai loyalitas pelanggan berkaitan dengan continue purchasing (menjadikan Taksi Kosti sebagai pilihan utama kendaraan umum), kebanyakan responden menilai kurang sesuai dengan jumlah persentase 3.8 %. Berdasarkan hasil rekapitulasi dari 4 indikator tersebut diketahui bahwa beberapa responden menilai pelayanan Taksi Kosti Semarang masih kurang sesuai dengan harapan pelanggan sehingga

nilai pelanggan terhadap Taksi Kosti menurun, kepuasan pelanggan menurun dan loyalitas pelanggan juga semakin menurun.

2. Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil pengaruh yang langsung dan signifikan, yaitu:
 - a) Hasil uji pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.327 dengan signifikansi nilai $p < 0,001$.
 - b) Hasil uji pengaruh langsung antara nilai pelanggan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.580 dengan signifikansi nilai $p < 0,001$.
 - c) Hasil uji pengaruh langsung antara kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.143 dan signifikan dengan nilai $p = 0.040 (< 0.05)$.
 - d) Hasil uji pengaruh langsung antara nilai pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.282 dan signifikan dengan nilai $p < 0.001$.
 - e) Hasil uji pengaruh langsung lainnya adalah antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.431 dan signifikan dengan nilai $p < 0,001$.
3. Hasil uji pengaruh tidak langsung pada model juga menunjukkan hasil pengaruh dan signifikan, yaitu:
 - a) Hasil uji statistika membuktikan bahwa pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan

pelanggan terbukti berpengaruh dan signifikan sebesar 0.141 dengan $p=0.002$.

- b) Hasil uji statistika membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan antara variabel nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0.250 dengan $p<0.001$ (signifikan).
4. Pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi dalam model adalah *partial mediation*.
5. Hasil perhitungan VAF secara parsial yaitu VAF untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.496 (parsial mediation) dan VAF untuk nilai pelanggan sebesar 0.470 (parsial mediation).
6. Hasil uji model indicates menunjukkan bahwa model penelitian dapat diterima karena memenuhi *goodness of fit* (pengujian kecocokan antara hasil pengamatan (frekuensi pengamatan) tertentu dengan frekuensi yang diperoleh berdasarkan nilai harapannya (teori)). Hal ini membuktikan bahwa model penelitian yang menghasilkan uji pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening telah sesuai dengan data di lapangan dan hasil uji model ini dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan karena sudah bebas dari *multikolinearitas*.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan jasa Taksi Kosti Semarang, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Berikut saran dari penulis, yaitu:

1. Berdasarkan analisa responden terhadap kualitas pelayanan dilihat dari hasil rekapitulasi responden mengenai kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata paling rendah, Taksi Kosti Semarang perlu memperhatikan tentang pengemudi yang kurang tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan. Beberapa responden pernah mendapatkan pengemudi yang tidak merespon dengan baik sehingga diperlukan evaluasi kembali tentang ketanggapan pengemudi terhadap merespon keluhan pelanggan yang dilihat dari alasan pelanggan yang mengatakan jika pengemudi Taksi Kosti kurang tanggap dalam merespon keluhan pelanggannya.
2. Berdasarkan analisa responden terhadap nilai pelanggan dilihat dari hasil rekapitulasi responden mengenai nilai pelanggan dengan nilai rata-rata paling rendah, Taksi Kosti Semarang perlu memperhatikan nilai sosial pelanggannya. Beberapa responden mengatakan jika Taksi Kosti kurang dalam membuat pelanggannya bangga saat menggunakan Taksi Kosti karena pelayanannya yang kurang memuaskan, kebersihan pengemudi yang kurang baik seperti bau rokok, bau badan dan interior armada yang kotor . Dari hasil rekapitulasi ini menyarankan sebaiknya Taksi Kosti mengevaluasi kembali tentang pelayanannya , kinerja pengemudi dan

kebersihan interior ekterior armada sehingga membuat pelanggan nyaman saat menggunakan dan pelanggan merasa bangga.

3. Berdasarkan analisa responden terhadap kepuasan pelanggan dilihat dari hasil rekapitulasi responden mengenai kepuasan pelanggan dengan nilai rata-rata paling rendah, beberapa responden mengatakan jika pernah mendapatkan supir yang tidak jujur saat memasang argo (dilebihkan) sehingga pembayaran jadi lebih mahal. Selain itu juga pernah mendapatkan supir yang tidak mengembalikan uang kembalian, sehingga perlu dievaluasi kembali dan perlu ditegaskan dalam hal kejujuran.
4. Berdasarkan analisa responden terhadap loyalitas pelanggan dilihat dari hasil rekapitulasi responden mengenai loyalitas pelanggan dengan nilai rata-rata paling rendah, Taksi Kosti Semarang juga perlu peningkatan pelayanan khususnya pemesanan *online* perlu diperhatikan juga karena sekarang masyarakat di Kota Semarang lebih memilih pemesanan secara *online*. Taksi Kosti Semarang sebaiknya memperbaiki aplikasi untuk pemesanan *online* atau dapat bergabung dengan transportasi *online* supaya lebih memudahkan pelanggan saat order dan Taksi Kosti dapat mengikuti perkembangan era digital pada perusahaan jasa transportasi.