

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Pada bab 4 akan disajikan kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh loyalitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada PT. Lontar Media Digital Printing Semarang dan saran – saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak PT. Lontar Media Digital Printing Semarang maupun bagi penelitian selanjutnya.

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan tentang PT. Lontar Media Digital Printing Semarang tergolong baik, hal ini berarti masih terdapat kekurangan dan kelebihan pada setiap indikator yang diteliti. Hal tersebut ditunjukkan dengan indikator kualitas pelayanan yaitu menjanjikan waktu dan hasil yang sesuai dengan kesepakatan, melayani sesuai dengan waktu yang dijanjikan (*ontime*), melayani dengan benar pada waktu pertama kali (tidak dengan *trial and error*), menggunakan kebijakan agar hasilnya bebas dari kesalahan. pelayanan yang handal, karyawan memberitahukan kepada konsumen secara pasti kapan akan dilayani, perilaku karyawan menimbulkan kepercayaan, keamanan untuk bertransaksi, karyawan secara konsisten, sopan, dan ramah, memiliki peralatan yang modern/canggih dan lengkap, materi yang berkaitan dengan pelayanan (pamflet) menarik untuk

dilihat, karyawan menyediakan waktunya untuk menjawab pertanyaan konsumen. perhatian yang tulus untuk menyelesaikannya jika mendapat masalah. pemberian pelayanan yang cepat dan tepat. kesungguhan karyawan selalu berkeinginan membantu dalam mengatasi masalah. karyawan tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi tuntutan. karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen. memberikan perhatian secara individual. jam pelayanan sesuai dengan kebutuhan. kepentingan konsumen diutamakan oleh karyawan. memahami kebutuhan khusus konsumen. fasilitas fisik yang bersih dan nyaman, dan karyawan berpenampilan sopan dan rapi yang sudah dinilai baik. Hal ini dibuktikan dengan hasil kategorisasi variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 63%.

2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kepuasan konsumen pada PT. Lontar Media Digital Printing Semarang mendapatkan hasil yang sangat puas. Hasil tersebut didapat dari beberapa indikator yang diteliti mengenai keputusan pembelian yaitu, kesesuaian antara pelayanan karyawan yang diberikan dengan yang diharapkan konsumen, konsumen akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, daya tanggap karyawan dalam membantu keperluan konsumen, memberikan pengembalian pelayanan jika terdapat kerusakan atau kesalahan dalam percetakan. Hal ini dibuktikan dengan hasil kategorisasi variabel keputusan pembelian adalah sebesar 50% dalam kategori sangat puas.

3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel loyalitas konsumen pada PT. Lontar Media Digital Printing Semarang, konsumen dapat dikatakan tinggi karena menurut mereka berkeinginan untuk tetap menjadi konsumen, berkeinginan untuk datang dan memesan kembali, memberikan rekomendasi kepada orang lain, tidak terpengaruh oleh pelayanan lebih baik dari jasa, dan keinginan untuk tidak berpindah ke tempat lain. Hal ini didukung oleh hasil dari kategorisasi variabel loyalitas konsumen yaitu sebesar 35% dalam kategori tinggi dan 33% sangat tinggi.
4. Berdasarkan hasil uji regresi pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan berdasarkan hasil dari koefisien determinasi adalah sebesar 44% pengaruhnya pada variabel kepuasan konsumen.
5. Berdasarkan hasil uji regresi pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan berdasarkan hasil dari koefisien determinasi adalah sebesar 40% pengaruhnya pada variabel loyalitas konsumen.
6. Berdasarkan hasil uji regresi pada variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, variabel kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan berdasarkan hasil dari koefisien determinasi adalah sebesar 67,3% pengaruhnya pada variabel loyalitas konsumen.

7. Berdasarkan hasil dari uji regresi berganda variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen merupakan variabel mediasi parsial, yang mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dan koefisien regresi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen masih tetap signifikan ketika dimasukkan atau dikontrol dengan variabel mediasi (kepuasan konsumen).
8. Berdasarkan hasil  $t$  hitung dengan menggunakan *Sobel Test* manual maupun *Preacher Tool* menghasilkan nilai yang lebih besar dari  $t$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen memediasi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
9. Berdasarkan hasil uji mediasi dari 4 regresi dan signifikansi menghasilkan variabel kepuasan konsumen sebagai mediasi terbukti secara parsial (*Partial Mediated*). Semua korelasi adalah positif dan semuanya signifikan  $< 0,05$ . Untuk menjadi variabel intervening penuh, persamaan 4 haruslah tidak signifikan atau lebih besar signifikannya  $> 0,05$ .

#### **4.2. Saran**

Berikut beberapa saran berdasarkan hasil penelitian yang dapat bermanfaat bagi perusahaan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang, dan untuk penelitian berikutnya:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan, diketahui dari kategorisasi variabel tersebut dikatakan baik dengan persentase 63%. Walau dikatakan baik, namun sebanyak 12% masuk ke dalam kategori

cukup baik. Dari 23 indikator ada 11 indikator yang dibawah rata-rata. Kekurangan dari pelayanan dijadikan evaluasi seperti mengutamakan konsumen terhadap masalah yang dihadapi, pelayanan secara individual yang paling disorot oleh konsumen perusahaan. Maka dari itu 11 indikator tersebut dijadikan bahan evaluasi agar pelayanan menjadi lebih baik lagi.

2. Berdasarkan hasil penelitian variabel kepuasan konsumen yaitu sebesar 50% sangat puas dan 28% puas. masih ada kekurangan dan juga kelebihan dalam kategori kepuasan ini, untuk itu perusahaan perlu memperbaiki segi mana yang menjadi kelemahan sebuah pemasaran produk/jasa dan pelayanan yang ditingkatkan.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel loyalitas konsumen yakni dengan persentase 35% untuk kategori tinggi dan 26% dikategori cukup tinggi, dari kategori cukup tinggi bisa dilihat bahwa konsumen masih ragu untuk selalu pergi ke perusahaan ini. Perusahaan lain pun juga akan menawarkan pelayanan yang bisa jadi lebih baik daripada perusahaan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang. Maka dari itu agar konsumen loyal perusahaan harus mengatur strategi pemasaran dan evaluasi tentang pelayanan lebih baik agar konsumen puas dan menjadikan loyal kembali.
4. Peneliti sadar bahwa pada penelitian ini masih terdapat kekurangan seperti kurangnya variabel lain yang biasa berpengaruh pada hasil loyalitas konsumen. Bagi penelitian berikutnya, penulis menyarankan menambah variabel lain seperti harga (*price*), kualitas produk, kualitas merk, kualitas jasa dan variabel lainnya yang mampu meningkatkan loyalitas konsumen

agar lebih memperkuat lagi hubungan dan pengaruhnya. Penelitian berikutnya juga sebaiknya lebih mengontrol pemilihan sampel, menambah atau memangkas indikator/*item* pernyataan sesuai dengan kebutuhan, dan menjelaskan secara mendetail dengan teknik wawancara langsung serta perlunya menambah jumlah responden agar penelitian berikutnya mendapatkan hasil yang lebih optimal lagi.