

BAB IV

PENUTUP

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan data yang diperoleh dan hasil analisis data. Maka pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan serta saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak PT KAI maupun bagi penelitian selanjutnya.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Penumpang melalui Kepuasan sebagai Variabel *Intervening*”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif pandangan penumpang mengenai kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin baik pula kepuasan pada penumpang. Hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, dan uji t, juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, kuat, dan positif mempengaruhi kepuasan penumpang.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Kepuasan penumpang dapat dipengaruhi dari harga yang mereka keluarkan saat melakukan pembelian suatu jasa. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan

penumpang mengenai harga yang positif, dapat membuat kepuasan penumpang menjadi positif pula. Hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, dan uji t, juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan, cukup kuat, dan positif mempengaruhi kepuasan penumpang.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas penumpang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang penumpang terima selama menggunakan jasa KA Kaligung, maka akan semakin baik pula pengaruhnya terhadap loyalitas pada penumpang. Hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, dan uji t, juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, lemah, dan positif mempengaruhi loyalitas penumpang.
4. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas penumpang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga dalam membeli tiket jasa angkutan KA Kaligung, maka akan semakin baik pula pengaruhnya terhadap loyalitas pada penumpang. Hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, dan uji t, juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan, cukup kuat, dan positif mempengaruhi loyalitas penumpang.
5. Kepuasan penumpang berpengaruh positif terhadap loyalitas penumpang. Saat penumpang telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan suatu jasa, maka akan berpengaruh pada loyalitas pada diri penumpang itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, maka apabila persepsi penumpang terhadap kepuasan yang mereka rasakan positif, maka semakin besar pula kemungkinan loyal

pada jasa angkutan KA Kaligung. Hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, dan uji t, juga menunjukkan bahwa kepuasan penumpang berpengaruh signifikan, cukup kuat, dan positif mempengaruhi loyalitas penumpang.

6. Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang melalui Kepuasan Penumpang. Berdasarkan hasil dari uji sobel test, maka variabel Kepuasan Penumpang dapat dikatakan sebagai variabel mediasi penuh atau *full-mediated*.
7. Terdapat pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Penumpang melalui Kepuasan Penumpang. Berdasarkan hasil dari uji sobel test, maka variabel Kepuasan Penumpang dapat dikatakan sebagai variabel mediasi parsial.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Dilihat dari hasil olah data, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pada penumpang yang mana juga akan berpengaruh pada loyalitas. Pada variabel kualitas pelayanan masih terdapat 7 indikator yang berada di bawah rata-rata, yaitu pada fasilitas fisik secara visual, pengaturan tata ruang dalam gerbong, perhatian secara individu oleh petugas, pelayanan sesuai yang dikehendaki, kehandalan dan kecekatan petugas, kecepatan dan ketepatan petugas, dan pelayanan yang baik dan jelas oleh petugas. Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan perlu melakukan

peningkatan pada kualitas pelayanan yang ada pada KA Kaligung khususnya pada pelayanan yang diberikan petugas di dalam gerbong. Perusahaan perlu melakukan pelatihan pada petugas yang berinteraksi langsung dengan penumpang, agar para petugas nantinya dapat lebih profesional dalam melayani penumpang. Sedangkan untuk penataan ruang maupun fasilitas fisik yang ada di dalam gerbong KA Kaligung, perusahaan perlu meninjau apa kebutuhan penumpang, sehingga penumpang bisa merasa lebih nyaman selama dalam perjalanan.

2. Harga memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap loyalitas, dibanding dengan kualitas pelayanan. Pada variabel harga ini terdapat 1 kategori indikator yang berada di bawah rata-rata, yaitu pada keterjangkauan lokasi stasiun. Lokasi stasiun yang terletak di pusat kota, sudah pasti tidak bisa lepas dari keramaian atau kemacetan. Perusahaan perlu mempertimbangkan hal ini, agar para baik para penumpang, maupun pengguna jalan dapat dengan nyaman berkendara melintasi stasiun. Seperti dengan menyediakan petugas yang dapat mengatur lalu lintas terutama di depan pintu masuk dan pintu keluar, sehingga kemacetan panjang bisa dihindari.
3. Dilihat dari hasil olah data, kepuasan penumpang memiliki pengaruh cukup kuat terhadap loyalitas penumpang. Pada variabel kepuasan penumpang ini terdapat 2 kategori indikator yang berada di bawah rata-rata, yaitu pada kesesuaian pelayanan dengan harapan, dan harga tiket sesuai dengan pelayanan. Maka kembali lagi perlunya peningkatan pada pelayanan individu yang diberikan petugas pada KA Kaligung misalnya seperti mengontrol

keadaan penumpang selama perjalanan. Selain itu perusahaan perlu meninjau kembali harga yang ditawarkan, atau bisa dengan memberikan fasilitas lebih seperti memberi *snack*, bantal leher ataupun selimut agar penumpang merasa nyaman dan menunjang biaya tiket yang telah dikeluarkan oleh penumpang.

4. Tumbuhnya rasa loyal pada konsumen merupakan tujuan dari setiap perusahaan. Berdasarkan hasil olah data, masih banyak penumpang yang memilih untuk menikmati dan menggunakan jasa KA Kaligung sendiri tanpa merekomendasikannya kepada orang lain. Untuk merekomendasikan jasa kepada orang lain merupakan pilihan oleh setiap konsumen. Namun perusahaan bisa mensiasati hal tersebut dengan cara mengadakan *event* dan memberi *reward* kepada setiap penumpang yang dapat mengajak orang lain untuk ikut menggunakan jasa angkutan KA Kaligung.