

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil analisis yang sudah diolah terdapat pengaruh pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen telah terbukti signifikan dengan nilai signifikansi 0,00 dengan hasil perhitungan t hitung 6,181 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel harga itu sendiri. Kemudian variabel harga juga mempunyai pengaruh kepada variabel loyalitas dengan signifikansi sebesar 0,00 dengan hasil t hitung sebesar 6,680 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa loyalitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel harga itu sendiri.

2. Berdasarkan hasil analisis yang sudah diolah terdapat pengaruh pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen telah terbukti signifikan dengan nilai signifikansi 0,00 dengan hasil perhitungan t hitung 5,053 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan itu sendiri. Kemudian variabel kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh kepada variabel loyalitas dengan signifikansi sebesar 0,00 dengan hasil t hitung sebesar 5,042 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa loyalitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan itu sendiri.

3. Berdasarkan hasil analisis yang sudah diolah terdapat pengaruh pada variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan telah terbukti signifikan dengan nilai signifikansi 0,00 dengan hasil perhitungan t hitung 5,517 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan itu sendiri.

4. Berdasarkan hasil analisis yang sudah diolah terdapat pengaruh pada variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen telah terbukti dengan hasil perhitungan F hitung sebesar 22,5 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel harga dan kualitas pelayanan itu sendiri.

5. Berdasarkan hasil analisis uji sobel dan uji mediasi terdapat pengaruh pada variabel harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Hal ini telah dengan hasil perhitungan t hitung sebesar 2,77 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa kepuasan dapat menjadi variabel mediasi antara variabel harga dan variabel loyalitas pelanggan. Kepuasan antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan termasuk variabel intervening parsial atau sebagian, hal ini dibuktikan melalui uji mediasi dimana dari empat tahap regresi tersebut menunjukkan semuanya signifikan. Maka dari itu, variabel mediasinya dikatakan sebagai variabel mediasi parsial atau sebagian.

6. Berdasarkan hasil analisis uji sobel dan uji mediasi terdapat pengaruh pada variabel harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Hal ini telah dengan hasil perhitungan  $t$  hitung sebesar 3,72 yang lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,984 yang menunjukkan bahwa kepuasan dapat menjadi variabel mediasi antara variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas pelanggan. Kepuasan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan termasuk variabel intervening parsial atau sebagian, hal ini dibuktikan melalui uji mediasi dimana dari empat tahap regresi tersebut menunjukkan semuanya signifikan. Maka dari itu, variabel mediasinya dikatakan sebagai variabel mediasi parsial atau sebagian.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dapat digunakan perusahaan menjadi bahan referensi dalam mengelola manajemen pemasaran dimana dari semua variabel yang diteliti dalam penelitian ini saling mempengaruhi antara satu dengan variabel lainnya. Dan variabel kepuasan konsumen sendiri selaku variabel mediasi adalah sebagai variabel penghubung antara harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka, saran berdasarkan hasil penelitian adalah agar PT. KAI DAOP IV Semarang dapat meningkatkan pertumbuhan penumpangnya adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan daya saing harga yang ditawarkan agar tidak kalah dengan jenis kereta maupun jenis transportasi lainnya.
- Memperbaiki penampilan fasilitas kabinnya

- Meningkatkan perhatian kru kabin kepada para pelanggannya
- Meningkatkan keandalan kru kabin dalam memberikan pelayanannya
- Ketepatan waktu kereta harus diperbaiki kembali
- Meningkatkan keakuratan dalam penjelasan penggunaan peralatan saat di kereta
- Meningkatkan penyampaian informasi
- Meningkatkan kesediaan untuk memberikan pelayanan yang cepat
- Keluasan waktu kru kabin yang harus ditingkatkan
- Kru kabin yang harus mendukung dalam melaksanakan tugasnya
- Pemahaman kru kabin akan kebutuhan pelanggannya harus ditingkatkan
- Keluwesan dan kesesuaian jam berangkat yang harus diperhatikan kembali