

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian tampilan output SPSS pada tabel 4.12 diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Kualitas pelayanan di Bengkel Fortuner Gorontalo sebesar **6,091** dan telah diketahui sebelumnya nilai t tabel sebesar **1,661** jika kedua nilai ini dibandingkan maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Jika mengacu pada nilai signifikansinya, diketahui nilai signifikansi variabel Kualitas pelayanan sebesar **0,000** dan tingkat signifikansi yang bisa diterima sebesar 5% atau 0,05, atau dengan kata lain nilai signifikansinya masih jauh lebih kecil dari nilai signifikansi (α). Penjelasan tersebut menyimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di Bengkel Fortuner Gorontalo.
2. Kemudian ditemukan pula bahwa untuk pengujian besar pengaruh (kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat) menggunakan R Square, hasil R Square adalah

3. sebesar 0,483. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 48,3% variabel kepuasan konsumen pada bengkel fortuner motor gorontalo dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Penelitian ini membuktikan bahwa dengan memperhatikan faktor kepuasan (satisfaction), ikatan emosi (emotional bonding), kepercayaan (trust), kemudahan (choice reduction and habit), pengalaman dengan perusahaan (history with company) dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam berbelanja.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

Bagi Bengkel Fortuner Motor Gorontalo agar dapat memperhatikan kualitas pelayanannya kepada konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan sesuai yang diharapkan pelanggan. Sedangkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi, baik bagi akademisi, peneliti, dan pihak lainnya, yang membahas praktek manajemen pemasaran khususnya menyangkut kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A Muwafik Saleh . 2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Ali, Hasan. (2008). *Marketing*. Yogyakarta. Media Pressindo.
- Bahrul, H Kirom. (2012). *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, Jakarta : Pustaka Al-Fikriis.
- Buchari, Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan : Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta:Erlangg.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- M.N, Nasution. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

Jurnal

- Fitrijal, Nandan Limakrisna. 2018. *Customer Value Determination and its Implications in Customer Loyalty Hotels*. Journal
- Pinem S, Husnan L. Handayani B.R (2019). *The impact of service quality on customer loyalty with moderating effect of customer satisfaction in ditlantas polda ntb*. Journal
- Selnes, Fred (1993), *An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty*, European Journal of Marketing, Vol.27, No 9
- Supriyatmini, 2005. *Hasil dari analisis data yang dilakukan mengenai lokasi dan kualitas pelayanan BMT "ANDA" Semarang*.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen jasa*. Edisi kedua. Yogyakarta:Andi offset.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen jasa*. Penerbit ANDI YOKYAKARTA Majalah info bisnis, Edisi maret-Tahun VI-2002.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen jasa. Edisi pertama*. Yogyakarta:Andi.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi pemasaran. Edisi ketiga*. ANDI:Yogyakarta.

Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10, 2005, 153- 165.