

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* antara *relationship quality* terhadap loyalitas *sub agent* di PT. Jaya Prima Utama Lestari (sensus pada *sub agent* bidang penjualan tiket Taman Impian Jaya Ancol), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *relationship quality* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *trust*, *commitment*, dan *satisfaction* berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa upaya dalam meningkatkan *relationship quality* telah berjalan cukup baik. Sub variabel *relationship quality* yang mendapat penilaian tertinggi hingga terendah jika diurutkan adalah sebagai berikut: *commitment*, *trust*, dan *satisfaction* perolehan skor yang paling tinggi adalah *commitment*. Tingginya penilaian terhadap *commitment* menunjukkan bahwa ketertarikan usaha perjalanan wisata menjadi *sub agent* bidang penjualan tiket Taman Impian Jaya Ancol di Jaya Prima *Tour & Travel* adalah dikarenakan pelanggan tertarik pada program potongan harga tiket paket Taman Impian Jaya Ancol, responden menilai bahwa harga tiket Taman Impian Jaya Ancol di Jaya Prima *Tour & Travel* cukup murah. Sedangkan *satisfaction* mendapat penilaian terendah dikarenakan kepuasan pelanggan terhadap kemampuan *staff* Jaya Prima *Tour & Travel* dalam memenuhi harapan pelanggan dinilai masih kurang.
2. Gambaran *sub agent* mengenai loyalitas di Jaya Prima *Tour & Travel* yang diukur berdasarkan *word of mouth communication*, *repurchase intention*, *price insensitivity*, dan *complaint behavior* secara keseluruhan berada pada kategori tingkat tinggi. Artinya penerapan *word of mouth*

*communication, repurchase intention, price insensitivity, dan complaint behavior* berjalan dengan baik sehingga akan membentuk loyalitas pelanggan yang semakin kuat. Sub variabel *relationship quality* yang mendapat penilaian tertinggi hingga terendah jika diurutkan adalah sebagai berikut: *repurchase intention, complaint behavior, word of mouth communication, dan price insensitivity*. *Repurchase intention* mendapatkan nilai tinggi karena banyak pelanggan yang akan melakukan pembelian ulang dan akan terus menggunakan jasa Jaya Prima Tour & Travel. Tingginya penilaian terhadap *complaint behavior* hal ini menunjukkan tingkat komplain pelanggan cukup besar. Saat ini Jaya Prima Tour & Travel justru mendorong pelanggan untuk melakukan *complaint*. *Complaint* tidak dianggap sebagai sesuatu yang negatif, melainkan memiliki sisi positif, *complaint* berdampak strategis terhadap perusahaan, karena keluhan merupakan kesempatan mempererat hubungan dengan pelanggan dan menciptakan loyalitas. Sedangkan *price insensitivity* mendapat penilaian terendah, hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang paling sensitif untuk menjadikan pelanggan tetap bertahan atau tidak, perubahan harga tiket Taman Impian Jaya Ancol setiap tahunnya tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan akan berpindah menggunakan jasa perusahaan pesaing.

3. Penerapan *relationship quality* yang terdiri dari *trust, commitment, dan satisfaction* yang dilakukan Jaya Prima Tour & Travel mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas *sub agent* bidang penjualan tiket Taman Impian Jaya Ancol. Pengaruh tertinggi terhadap loyalitas pelanggan yaitu *commitment* sebesar 0,540, kemudian *satisfaction* sebesar 0,247, dan *trust* memiliki pengaruh terkecil terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,192.

## 5.2 Rekomendasi

### 5.2.1 Perumusan Tujuan Rekomendasi

Rekomendasi hasil penelitian ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada Jaya Prima *Tour & Travel* selaku perusahaan yang menjadi objek penelitian, mengenai *relationship quality* antara Jaya Prima *Tour & Travel* dengan *sub agent* bidang penjualan tiket Taman Impian Jaya Ancol di Jaya Prima *Tour & Travel*. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi acuan Jaya Prima *Tour & Travel* untuk membangun kualitas hubungan sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh usaha perjalanan wisata (*sub agent*).

### 5.2.2 Pemetaan Strategi

Adapun strategi yang harus dilakukan oleh Jaya Prima *Tour & Travel* adalah pengembangan strategi yang berhubungan dengan *relationship quality* yang terdiri dari *trust*, *commitment*, dan *satisfaction* yang dimiliki pelanggan, karena berdasarkan hasil penelitian *trust*, dan *satisfaction* menempati urutan dua terbawah, sedangkan *commitment* memiliki pengaruh yang tertinggi. Jaya Prima *Tour & Travel* harus lebih memperhatikan strategi yang berhubungan dengan *trust* dan *satisfaction*, karena memiliki pengaruh yang relatif masih kecil. Jaya Prima *Tour & Travel* harus tetap mempertahankan *commitment* karena berdasarkan penelitian *commitment* memiliki pengaruh yang terbesar dibandingkan *trust* dan *satisfaction*.

### 5.2.3 Operasionalisasi Strategi

Berdasarkan hasil pemetaan strategi yang telah disusun di atas, ada beberapa strategi yang direkomendasikan penulis bagi Jaya Prima *Tour & Travel*. Bagi pelanggan menganggap *trust* (kepercayaan) sebagai bentuk penilaian hubungan dan keyakinan. Keyakinan terhadap Jaya Prima *Tour & Travel* akan memberikan pelayanan yang terbaik, baik itu produk maupun jasa. Mengacu pada penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa *trust* memiliki pengaruh yang terendah, maka dari itu, Jaya Prima *Tour & Travel* harus memperhatikan aspek keyakinan, hal ini seperti meningkatkan kejujuran karyawan kepada pelanggan,

Selly Selvia Diandara, 2014

*Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt. Jaya Prima Utama Lestari*

*(Sensus Pada Sub Agent Bidang Penjualan Tiket Taman Impian Jaya Ancol)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

meningkatkan keterampilan teknis karyawan, sehingga pada saat keadaan ramai pelanggan tetap merasa nyaman dengan pelayanan para karyawan, dan pelanggan tetap percaya.

*Commitment* berfungsi untuk membangun kerjasama yang maksimal. Pelanggan biasanya akan senang ketika perusahaan tersebut terdapat program potongan harga, program *gift* atau *reward*, dan melihat reputasi perusahaan. Jika mengacu pada penjelasan di atas, *commitment* memiliki pengaruh yang paling tinggi, maka dari itu Jaya Prima *Tour & Travel* harus mempertahankan hubungan kerjasama yang telah terjalin dengan pelanggan.

Bagi setiap perusahaan, kepuasan pelanggan merupakan hal yang terpenting, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti Jaya Prima *Tour & Travel*. Kepuasan pelanggan terbentuk dari hasil kepercayaan dan komitmen yang dibangun. Melihat penjelasan diatas *satisfaction* memiliki pengaruh yang sedang terhadap loyalitas pelanggan, maka dari itu Jaya Prima *Tour & Travel* harus meningkatkan aspek-aspek kepuasan, seperti meningkatkan kemampuan *staff* dalam memenuhi harapan pelanggan, memberikan pelayanan atau fasilitas lebih gar tercipta kepuasan yang tinggi di bandingkan agen resmi penjualan tiket Taman Impian Jaya Ancol yang lainnya.

#### 5.2.4 Rencana Tindak

**TABEL 5.1**  
**RENCANA TINDAK REKOMENDASI HASIL PENELITIAN**

No.	Rekomendasi	Penanggung Jawab	Sumber Daya
1.	Meningkatkan kepedulian karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i>	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i> melakukan pendekatan terhadap <i>sub agent</i> dan pelanggan melalui <i>staff</i> bagian <i>ticketing</i> Ancol agar mengetahui keinginan dan kebutuhan untuk dapat meningkatkan penjualan.
2.	Meningkatkan ketepatan dalam memenuhi janji kepada pelanggan	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i>	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i> memberikan pengarahan kepada <i>staff</i> bagian <i>ticketing</i> Ancol agar lebih memperhatikan tingkat ketepatan dalam memenuhi janji, karena janji merupakan salah aspek pembentuk kepercayaan.

3.	Meningkatkan kejujuran karyawan kepada pelanggan	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i>	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i> memberikan pengarahan kepada <i>staff</i> bagian <i>ticketing</i> Ancol untuk selalu melayani setiap pelanggan dan <i>sub agent</i> dengan jujur.
4.	Meningkatkan keterampilan teknis karyawan	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i>	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i> memberikan pengarahan kepada <i>staff</i> bagian <i>ticketing</i> Ancol dalam hal keterampilan teknis untuk memberikan pelayanan terbaik kepada <i>sub agent</i> dan pelanggan.
5.	Memberikan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan, agar pelanggan merasa puas dibandingkan dengan agen resmi yang lain	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i>	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i> memberikan pengarahan kepada <i>staff</i> agar memberikan pelayanan terbaik, agar tercipta kepuasan dimata pelanggan.
6.	Meningkatkan kepuasan terhadap paket wisata (Ancol)	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i>	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i> memberikan inovasi terbaru terhadap paket wisata Ancol, agar pelanggan merasa puas.
7.	Meningkatkan kemampuan <i>staff</i> dalam memenuhi harapan pelanggan	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i>	Jaya Prima <i>Tour &amp; Travel</i> memberikan pengarahan kepada <i>staff</i> agar selalu ramah, memberikan pelayanan terbaik, cepat mengatasi masalah, dan mengikuti permintaan dari pelanggan, hal tersebut dilakukan agar harapan pelanggan dapat terpenuhi.

Sumber: Hasil Penelitian 2014