

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada member Helios Fitness Center Festival Citylink untuk mengetahui pengaruh *customer experience quality* terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran *customer experience quality* member Helios Fitness Center Festival Citylink berada pada kategori sedang. Adapun indikator *customer experience quality* yang paling tinggi adalah *promise fulfillment*, hal tersebut dikarenakan Helios Fitness Center Festival Citylink dianggap sudah memenuhi harapan member dalam hal kesesuaian harga dengan produk dan fasilitas yang didapat dan yang di promosikan. Lalu diikuti oleh *accessibility of person/facility*, *interest in problem solving*, *helpfulness*, *competence*, *value for time*, *customer recognition* dan indikator yang paling rendah adalah *personalization* yaitu privasi yang dimiliki member dalam menggunakan loker, hal tersebut dikarenakan masih kurangnya rasa aman ketika member menggunakan *locker room* disediakan Helios Fitness Center Festival Citylink.
2. Gambaran mengenai loyalitas pelanggan member Helios Fitness Center Festival Citylink berada pada kategori tinggi. Untuk indikator yang mendapat perolehan skor paling tinggi adalah membeli diluar lini produk, yaitu ketika member mencoba jasa lainnya yang telah disediakan Helios

Fitness Center Festival Citylink diluar fitness regular. Selanjutnya diikuti oleh indikator mereferensikan produk atau jasa yang telah digunakan kepada orang lain, melakukan pembelian secara teratur dan untuk indikator yang memiliki perolehan paling rendah adalah menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya), yaitu ketika member masih mencoba jasa yang ditawarkan oleh *fitness center* pesaing.

3. Terdapat pengaruh yang positif antara *customer experience quality* terhadap loyalitas pelanggan pada member Helios Fitness Center Festival Citylink. Adapun indikator *customer experience quality* yang paling tinggi adalah *promise fulfillment* dengan variabel loyalitas pelanggan yang diukur melalui indikator melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk, menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya) dan mereferensikan produk atau jasa yang telah digunakan kepada orang lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah dikemukakan mengenai *customer experience quality* terhadap loyalitas pelanggan pada member Helios Fitness Center Festival Citylink, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemecahan masalah dan dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait khususnya bagi member Helios Fitness Center Festival Citylink.

1. Helios Fitness Center Festival Citylink diharapkan bisa lebih memperhatikan keamanan serta tingkat privasi *locker room* yang digunakan oleh para member sehingga member bisa lebih tenang ketika berolahraga.
2. Member diharapkan lebih kebal dalam hal tarikan oleh pesaing-pesaing Helios Fitness Center Festival Citylink dengan lebih mempertimbangkan kelebihan dan kekurangannya terlebih dahulu.
3. Saran untuk penelitian berikutnya yaitu diharapkan peneliti melakukan studi terhadap member Helios Fitness Center Festival Citylink melalui variabel lain seperti *customer relationship management* atau *customer satisfaction* yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.