

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Kepuasan pelayanan pada pelanggan di Bumi X-Trans Bandung secara umum berada pada kategori sedang. Hal ini berarti, pelayanan yang diberikan X-Trans sudah dirasa cukup oleh pelanggan dalam memenuhi harapannya.
- 2 Loyalitas pelanggan X-Trans di Bumi X-Trans Bandung secara umum berada pada kategori sedang. Artinya, perilaku pembelian tidak acak yang diperlihatkan pelanggan dari waktu ke waktu yang disertai dengan komitmen untuk tetap menggunakan pelayanan X-Trans di masa akan datang tergolong cukup, meskipun pelanggan-pelanggan tersebut dihadapkan pada alternatif merek lainnya yang menyediakan pelayanan sejenis dengan X-Trans.
- 3 Terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelayanan dengan loyalitas pelanggan di Bumi X-Trans Bandung. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan X-Trans, maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan X-Trans. Namun sebaliknya, semakin rendah tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan X-Trans, maka akan semakin rendah pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan X-Trans.

- 4 Kepuasan pelayanan memiliki kontribusi terhadap loyalitas pelanggan di Bumi X-Trans Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan X-Trans memiliki peranan penting dalam menentukan kesetiaan atau loyalitas pelanggan terhadap perusahaan X-Trans.

B. Rekomendasi

1. Bagi Pihak X-Trans

Umumnya pada perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan seperti X-Trans, kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, diharapkan pihak perusahaan X-Trans dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, khususnya pada dimensi empati. Peningkatan kualitas pelayanan pada dimensi empati ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan yang dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan hubungan dan komunikasi, yaitu dengan menambah nomor telpon yang sudah tersedia sehingga X-Trans mudah untuk dihubungi dan pemesanan tiket melalui telpon pun dapat dilakukan dengan lancar, serta penambahan *pool* yang mungkin tidak hanya terpusat di daerah Cihampelas dan Metro.

Perusahaan juga diharapkan dapat terus menambah jumlah daerah tujuan, mengingat loyalitas pelanggan untuk tetap menggunakan jasa X-Trans dan tidak terpengaruh daya tarik pesaing yang tergolong rendah. Selain itu, promosi terhadap produk pengiriman paket dan dokumen, serta pemesanan oleh-oleh Bandung dan Hotel pun dapat terus ditingkatkan, yang mungkin dapat dilakukan

dengan cara tidak hanya menyimpan brosur-brosur di area ruang tunggu saja tetapi juga membagikannya kepada setiap pelanggan yang datang, misalnya pada saat setelah pelanggan membayar tiket.

2. Bagi Perusahaan Jasa Lainnya

Bagi perusahaan lainnya yang bergerak di bidang pelayanan disarankan untuk dapat lebih terbuka terhadap penelitian-penelitian yang serupa dengan penelitian ini. Tujuannya adalah agar pihak perusahaan dapat mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan yang telah diberikan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan, yang dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam mengembangkan dan memperbaiki pelayanan yang telah disediakan.

Selain itu, perusahaan lain juga dapat meningkatkan usahanya dengan cara memperbanyak jumlah *pool* dan kota tujuan, yang tentunya dengan harga tiket perjalanan yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Kemudian pelayanan yang diberikan selama diperjalanan juga harus tetap diutamakan, mengingat pelanggan akan lebih banyak menghabiskan waktunya diperjalanan, misalnya dengan selalu memperhatikan kecepatan mengemudi, kondisi mesin dan AC mobil yang selalu baik, serta menyediakan fasilitas pelengkap di dalam mobil, seperti TV, bahan bacaan, dan musik agar pelanggan tidak merasa bosan selama diperjalanan. Dan yang tidak kalah penting adalah kualitas kursi mobil yang nyaman dan tidak terlalu banyak.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian yang serupa dengan lebih baik, seperti memperbaiki atau menyempurnakan indikator-indikator

yang telah digunakan; menggunakan kriteria dari pelanggan yang loyal yang lebih jelas, mulai dari durasi, frekuensi, dan alasan mengapa pelanggan menggunakan jasa tertentu; dan dapat menggunakan sampel penelitian yang lebih bervariasi dan spesifik, seperti dengan menggunakan teknik sampling purposive dalam pengambilan sampel.

Selain itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, seperti harga, citra merek, dan *emotional factor*.

