

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori, data, pengolahan, dan analisis data serta pembahasan yang telah dijabarkan dan dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap lokasi SPBU 34-43215 Cianjur. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah. Indikator yang paling dominan adalah lalu lintas, hal ini dikarenakan kendaraan yang berlalu lalang di depan jalan SPBU 34-43215 Cianjur cukup banyak di lalui. Sehingga banyak kendaraan yang mengisi bahan bakar ke SPBU tersebut, selain minyak solar. Sedangkan indikator yang paling rendah adalah tempat parkir. Hal tersebut dikarenakan konsumen kurang leluasa untuk parkir saat mengisi bahan bakar di SPBU 34-43215 Cianjur.
2. Secara umum responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kualitas pelayanan di SPBU 34-43215 Cianjur. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah. Indikator yang paling dominan adalah *responsiveness*, hal ini dikarenakan kemampuan petugas SPBU 34-43215 Cianjur dalam merespon keluhan dari pelanggan cukup baik dan kecepatan petugas dalam menanggapi pelanggan yang membutuhkan bantuan juga cukup baik. Kepuasan pelanggan merupakan

modal dasar bagi perusahaan yang dapat memberikan manfaat. Sedangkan indikator yang paling rendah adalah *assurance*. Hal tersebut dikarenakan keramahan petugas SPBU 34-43215 Cianjur pada pelanggan kurang

3. Secara umum responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap loyalitas konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah. Indikator yang paling dominan adalah keinginan melakukan pembelian ulang, hal ini dikarenakan konsumen yang setia akan memiliki perasaan keterikatan terhadap perusahaan pada suatu kondisi yang penuh persaingan dan pilihan, yang ditandai dengan mengkonsumsi secara teratur dan dengan frekuensi belanja yang tetap. Sedangkan indikator yang paling rendah adalah kekebalan terhadap produk pesaing. Hal tersebut dikarenakan semakin banyaknya SPBU lain yang berdiri. Sehingga persaingan semakin ketat dan konsumen lebih selektif untuk memilih.
4. Pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen dengan besar korelasi dengan besar korelasi 0,527 yang artinya menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Besarnya pengaruh dari lokasi terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 27,7%. Dari hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa letak lokasi SPBU 34-43215 Cianjur mempengaruhi loyalitas konsumen.

5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen dengan besar korelasi dengan besar korelasi 0,646 yang artinya menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Besarnya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 41,8%. Dari hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di SPBU 34-43215 Cianjur mempengaruhi terhadap perubahan loyalitas konsumen.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas sebagai saran untuk meningkatkan loyalitas konsumen di SPBU 34-43215 Cianjur melalui lokasi dan kualitas pelayanan, maka SPBU 34-43215 Cianjur perlu melakukan upaya-upaya evaluasi yakni :

1. Lokasi merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan kemajuan SPBU 34-43215 Cianjur. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap lokasi SPBU 34-43215 Cianjur, tempat parkir merupakan dimensi yang mendapat nilai paling kecil. Hal tersebut dikarenakan konsumen kurang leluasa untuk parkir saat mengisi bahan bakar di SPBU 34-43215 Cianjur. Oleh karena itu, SPBU 34-43215 Cianjur harus memperbaiki fasilitas yang ada, sehingga konsumen dapat dengan leluasa untuk parkir saat mengisi bahan bakar.

2. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan di SPBU 34-43215 Cianjur, *assurance* merupakan dimensi yang mendapat perhatian yang paling kecil dari responden. Diantaranya keramahan petugas dan kepercayaan konsumen terhadap SPBU 34-43215 Cianjur. Oleh karena itu, sebaiknya SDM (sumber daya manusia) di SPBU tersebut harus diperbaiki. Dengan cara meningkatkan kualitas SDM di SPBU 34-43215 Cianjur.
3. SPBU 34-43215 Cianjur hendaknya lebih menonjolkan posisioningnya sebagai SPBU yang lebih berkualitas dibandingkan dengan SPBU lain, hal ini bisa dilakukan dengan cara memperbaiki kualitas SDM di SPBU tersebut dan memberikan *reward* kepada setiap konsumen yang berlangganan, agar konsumen tertarik untuk membeli di SPBU 34-43215 Cianjur.