

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dianalisis, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil analisis, variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Titipan Kilat Surabaya. Dengan nilai C.R sebesar $1,288 < t\text{-tabel}$ sebesar $1,746$ dan nilai regresi sebesar $0,180$. Artinya indikator kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dalam pembentukan variabel kepuasan pelanggan.
2. Variabel harga dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Titipan Kilat Surabaya. Dengan nilai C.R sebesar $4,762 > t\text{-tabel}$ sebesar $1,746$ dan nilai regresi sebesar $0,828$. Artinya indikator harga memiliki pengaruh signifikan dalam pembentukan variabel kepuasan pelanggan.
3. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang PT Titipan Kilat Surabaya. Dengan nilai C.R sebesar $-0,641 < t\text{-tabel}$ sebesar $1,746$ dan nilai regresi sebesar $-0,719$. Artinya indikator kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dalam pembentukan variabel pembelian ulang.
4. Variabel harga dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang PT Titipan Kilat Surabaya. Dengan nilai C.R sebesar $-0,383 < t\text{-tabel}$ sebesar $1,746$ dan nilai regresi sebesar $-2,407$. Artinya indikator

harga tidak berpengaruh signifikan dalam pembentukan variabel pembelian ulang.

5. Variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang PT Titipan Kilat Surabaya. Dengan nilai C.R sebesar $0,574 < t\text{-tabel}$ sebesar 1,746 dan nilai regresi sebesar 3,626. Artinya indikator kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan dalam pembentukan variabel pembelian ulang.
6. Persamaan struktural dalam penelitian ini adalah $Y_2 = -0,06632X_1 + 0,955328X_2$. Berdasarkan persamaan ini, perusahaan perlu mengubah *mindset* mereka, karena variabel kualitas pelayanan tidak boleh diabaikan, melainkan harus ditingkatkan agar dapat menghasilkan koefisien regresi yang positif atau signifikan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. PT Titipan Kilat Surabaya dapat meningkatkan layanan mereka dengan peningkatan pada responsivitas layanan pelanggan dan mempercepat waktu tanggapan terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan. Perusahaan juga dapat meningkatkan interaksi pelanggan.
2. Untuk meningkatkan persepsi nilai layanan dari perspektif pelanggan, PT Titipan Kilat Surabaya dapat fokus pada kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan. Langkah strategis yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kecepatan dan keamanan pengiriman barang.

3. PT Titipan Kilat Surabaya dapat meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, mendengarkan umpan balik mereka, dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Dengan demikian, perusahaan dapat memastikan bahwa harapan pelanggan terpenuhi dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui rekomendasi positif.
4. Untuk meningkatkan frekuensi pembelian ulang, PT Titipan Kilat Surabaya harus fokus pada indikator minat eksploratif. Memberikan informasi yang jelas dan komprehensif tentang fitur-fitur layanan serta keunggulan dan manfaat yang ditawarkan akan mengilhami minat eksploratif yang lebih besar dari pelanggan. Interaksi yang lebih aktif dan terlibat dengan pelanggan, baik melalui layanan pelanggan atau *platform* komunikasi digital, juga dapat membantu dalam membangun hubungan yang lebih dekat dan memperkuat minat eksploratif pelanggan.
5. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar pertanyaan mengenai profil responden mencakup informasi tentang pendapatan responden. Dengan demikian, data tersebut dapat dianalisis dan dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya, sehingga menghasilkan pembahasan yang lebih komprehensif.