

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan CV. Nourmanda Jaya (Studi Kasus Pelanggan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merk Aqua Tahun 2015 – 2019), maka kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) terdapat adanya pengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan distributor Aqua CV. Nourmanda Jaya. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  2,221, nilai signifikansi  $0,029 < 0,05$ .
2. Kualitas pelayanan daya tanggap (*responsiveness*) terdapat adanya pengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan distributor Aqua CV. Nourmanda Jaya. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  4,223, nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ .
3. Kualitas pelayanan jaminan (*assurance*) terdapat adanya pengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan distributor Aqua CV. Nourmanda Jaya. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  3,410, nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ .
4. Kualitas pelayanan empati (*empathy*) terdapat adanya pengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan distributor Aqua CV. Nourmanda Jaya. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  3,163, nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ .

5. Kualitas pelayanan bukti fisik (*tangibles*) terdapat adanya pengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan distributor Aqua CV. Nourmanda Jaya. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  2,115, nilai signifikansi  $0,037 < 0,05$
6. Kualitas pelayanan keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Artinya dugaan adanya pengaruh parsial 5 variabel bebas terhadap variabel ditemukan hasil bahwa variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh positif pada variabel loyalitas pelanggan secara parsial.

Sedangkan secara simultan dapat diketahui dari hasil olah SPSS 25  $F_{hitung}$  78,798 >  $F_{tabel}$  2,70 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga 5 variabel bebas secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dan kemampuan variabel bebas variabel dependen loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen Kualitas Pelayanan dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 79,7%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan

CV. Nourmanda Jaya perlu memperhatikan keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*) karena merupakan salah satu ciri khas yang dimiliki oleh CV. Nourmanda Jaya agar dapat membedakan dengan distributor air minum dalam kemasan lainnya yang digunakan sebagai alat untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru.

Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Nourmanda Jaya diharapkan untuk dipertahankan atau bahkan ditingkatkan, karena kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan bekas dan kesan tersendiri dari pelanggan sehingga dapat menimbulkan pembelian berulang-ulang dan kemudian meningkatkan loyalitas pelanggan.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil ini dapat dijadikan sumber ide dan masukan untuk pengembangan penelitian dimasa mendatang. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif dalam mengembangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan tidak hanya sebatas pada faktor kualitas pelayanan.