

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- 1. Kualitas layanan tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap customer loyalty.** Artinya, meskipun perusahaan telah memberikan layanan yang baik, hal tersebut belum cukup kuat untuk membuat pelanggan menjadi loyal secara langsung. Loyalitas pelanggan belum terbentuk hanya dari persepsi terhadap kualitas layanan saja.
- 2. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.** Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik tetap dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, meskipun belum tentu menghasilkan loyalitas tanpa faktor lain yang ikut berperan.
- 3. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap customer loyalty.** Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam menciptakan loyalitas. Ketika pelanggan merasa puas, kemungkinan besar mereka akan tetap setia menggunakan layanan tersebut.
- 4. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan customer loyalty.** Dengan kata lain, loyalitas pelanggan hanya dapat terbentuk jika kualitas layanan mampu menciptakan kepuasan terlebih dahulu.

5.2 Saran

1. Untuk perusahaan: Perusahaan sebaiknya fokus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki ketepatan waktu penjemputan dan kemudahan penggunaan aplikasi, karena kepuasan terbukti menjadi kunci loyalitas.
2. Untuk peneliti selanjutnya: Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti kepercayaan atau brand image untuk mendapatkan pemahaman lebih lengkap mengenai faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.
3. Perlu menambahkan variabel lain di luar kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Misalnya seperti kepercayaan konsumen, nilai emosional, citra merek (brand image), atau kemudahan penggunaan aplikasi untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.