

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada perusahaan jasa PT Scooter Victory Inter Part. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian membuktikan bahwa Chi squared variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 2,242. Pengaruh kualitas pelayanan signifikan secara statistik karena diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki *p-value* sebesar 0,025 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan ada hubungan dan pengaruh yang positif dari variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan Hasil pengujian membuktikan bahwa Chi squared variabel harga adalah positif sebesar 2,228. Pengaruh harga signifikan secara statistik karena diketahui bahwa variabel harga memiliki *p-value* sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan ada hubungan dan pengaruh yang positif dari variabel harga dengan variabel kepuasan pelanggan.
3. Berdasarkan Hasil pengujian membuktikan bahwa Chi squared variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 3,558. Pengaruh kualitas pelayanan signifikan secara statistik karena diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan ada hubungan dan pengaruh yang positif dari variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas pelanggan.

4. Hasil pengujian membuktikan bahwa Chi squared variabel harga adalah positif sebesar 2,290. Pengaruh harga signifikan secara statistik karena diketahui bahwa variabel harga memiliki *p-value* sebesar 0,022 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan ada hubungan dan pengaruh yang positif dari variabel harga dengan variabel loyalitas pelanggan.
5. Berdasarkan Hasil pengujian membuktikan bahwa koefisien variabel kepuasan pelanggan adalah positif sebesar 2,740. Pengaruh kepuasan pelanggan signifikan secara statistik karena diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki *p-value* sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan ada hubungan dan pengaruh yang positif dari variabel kepuasan pelanggan dengan variabel loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan memperluas obyek penelitian tidak hanya pada obyek penelitian yang terdapat pada penelitian ini. Penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dengan menambah hal-hal lain yang terkait variabel atau analisis data yang digunakan, karena ada variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat kedepannya bagi perusahaan bengkel Scooter Vip. Perusahaan harus mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen itu sendiri dan kendaraan dari konsumen (vespa) yang harus diperhatikan, karena kualitas pelayanan dalam bengkel harus sangat memperhatikan hal itu. Kemudian untuk harga yang diberikan di bengkel Scooter Vip harus sesuai dengan harga yang dikeluarkan konsumen, karena apa yang sudah dibebankan kepada konsumen (harga) harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen itu tersendiri.