

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian mengenai kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan studi pada PT Sahabat tours and travel Batam adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sahabat tours and travel Batam. Berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh PT Sahabat tours and travel Batam maka semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki pelanggan PT Sahabat tours and travel Batam.
2. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sahabat tours and travel Batam. Berarti semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki pelanggan PT Sahabat tours and travel Batam.
3. Variabel komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sahabat tours and travel Batam. Berarti semakin tinggi komitmen yang dimiliki oleh pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki pelanggan PT Sahabat tours and travel Batam.
4. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada PT Sahabat tours and travel Batam. Berarti semakin baik

5. kualitas layanan yang diberikan oleh PT Sahabat tours and travel Batam maka semakin tinggi pula kepercayaan yang dimiliki pelanggan PT Sahabat tours and travel Batam.
6. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen pada PT Sahabat tours and travel Batam. Berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh PT Sahabat tours and travel Batam maka semakin tinggi pula komitmen yang dimiliki pelanggan PT Sahabat tours and travel Batam.
7. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen pada PT Sahabat tours and travel Batam. Berarti semakin tinggi kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi pula komitmen yang dimiliki pelanggan PT Sahabat tours and travel Batam.

5.2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini, seperti kepuasan pelanggan, citra merek (*brand image*), nilai pelanggan, kualitas produk, harga dan promosi.
2. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melanjutkan penelitian ini maka sebaiknya dilakukan pengujian dengan menggunakan Warp-PLS atau GeSCA (*Generalized Structured Component Analysis*).

3. Bagi peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk memperluas ruang lingkup wilayah penelitian dan lokasi penelitian sehingga hasil penelitian dapat diimplementasikan secara umum.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih akurat.