

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data yang dilakukan pada pembahasan sebelumnya, sehingga ditarik kesimpulan:

1. Hasil uji pada variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Nilai t hitung yang didapat lebih besar dari t tabel ($5,095 > 1,98027$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Hasil uji pada variabel *Customer Relationship Management* (X2) menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, nilai t hitung yang didapat lebih besar dari t tabel ($4,066 > 1,98027$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Hasil uji pada variabel kepercayaan pelanggan (X3) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, nilai t hitung yang didapat lebih besar dari t tabel ($4,899 > 1,98027$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Hasil uji pada variabel kualitas pelayanan, *Customer Relationship Management* dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil uji F hitung $>F$ tabel yaitu $66,897 > 2,68$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Nilai *R Square* adalah 0,628. Maka kesimpulannya variabel kualitas pelayanan, *Customer Relationship Management* (CRM) dan kepercayaan pelanggan mempunyai kontribusi sebesar 0,628 atau dinyatakan dengan nilai persentase 62,8 % dan sisanya 37,2 % penjelasannya terdapat pada variabel lain yang tidak ada pada penelitian.

5.2. Saran

Melihat hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran dan diharapkan memberi manfaat kepada pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Berdasarkan penelitian variabel kualitas pelayanan, diharapkan perusahaan dapat lebih meningkatkan lagi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti memberikan pelatihan *service excellence* kepada karyawan sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan yang informatif, tepat dalam memberikan solusi serta cepat dalam mengurus proses pengiriman barang.
2. Untuk *Customer Relationship Management*, perusahaan perlu mengembangkan pemanfaatan teknologi guna memudahkan pelanggan pada saat menggunakan jasa mereka, seperti menyediakan *tracking status* resi pengiriman.
3. Untuk variabel kepercayaan pelanggan, perusahaan diharapkan mampu mengirimkan barang tanpa ada keterlambatan sehingga dapat sesuai dengan

janji estimasi yang diberikan kepada pelanggan. Dengan begitu rasa kepercayaan pelanggan akan meningkat terhadap perusahaan sehingga menimbulkan loyalitas.

4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi serta sebagai bahan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel kualitas pelayanan, *Customer Relationship Management*, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan.