

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil-hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh citra pelayanan terhadap loyalitas PT. BINA SAN PRIMA (BSP) SOLO., maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan variabel *Responsiveness* diperoleh nilai  $t_{hitung} (0,215) > \text{nilai } t_{tabel} (0,098)$ , berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas. Dari hasil perhitungan variabel *Courtesy* diperoleh nilai  $t_{hitung} (1,267) > \text{nilai } t_{tabel} (0,098)$ , berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas. Dari hasil perhitungan variabel *Access* diperoleh nilai  $t_{hitung} (0,164) > \text{nilai } t_{tabel} (0,098)$ , berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas. Dari hasil perhitungan variabel *Communication* diperoleh nilai  $t_{hitung} (1,908) > \text{nilai } t_{tabel} (0,098)$ , berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.
2. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*Responsiveness, Courtesy, Access, Communication*) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (loyalitas). Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung} 15,583 > F_{tabel} 3,15$ . Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan : “diduga terdapat pengaruh yang signifikan *Responsiveness, Courtesy, Access, Communication* secara bersama-sama terhadap loyalitas PT. BINA SAN PRIMA (BSP) SOLO ” dapat dibuktikan.

3. Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel independen (*Responsiveness, Courtesy, Access, Communication*) terhadap variabel dependen (Loyalitas). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tabel *Model Summary* bagian *adjusted r square* diperoleh angka 0,709. Hal itu berarti 70,9% Loyalitas PT. BINA SAN PRIMA (BSP) SOLO dipengaruhi oleh *Responsiveness, Courtesy, Access, Communication*. Sedangkan sisanya  $(100\% - 70,9\%) = 29,10\%$  dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

## **B. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka saran-saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Beberapa responden merasa terdapat perbedaan dalam memberikan pelayanan kepada customer. Hal tersebut kemungkinan terjadi karena customer besar tentu saja diberikan pelayanan lebih. Perlu dilakukan pelatihan atau pengarahan dalam memberikan pelayanan kepada customer hendaknya diperlakukan sama baik customer yang melakukan pembelian dalam jumlah besar maupun kecil. Perbedaan dapat dilakukan dalam hal cash back atau bonus.
2. Masih ditemukan responden yang belum sepenuhnya loyal dan masih berpotensi untuk beralih ke perusahaan lain. Perlu optimalisasi dalam semua bidang terutama di persaingan harga dengan memberikan potongan/diskon dan reward agar para pelanggan mempunyai ikatan psikologis yang kuat.