

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kepuasan dan persepsi *switching barriers* terhadap loyalitas pelanggan pengguna lapangan futsal G Sport Center adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan dan persepsi *switching barriers* terhadap loyalitas pelanggan pengguna lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang.
2. Sebagian besar pengguna jasa lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah. Hal tersebut menandakan bahwa rendahnya kepuasan yang dirasakan oleh *member* pengguna lapangan futsal di G Sport Center.
3. Sebagian besar pengguna jasa lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang berada dalam kategori tingkat persepsi *switching barriers* rendah. Hal tersebut menandakan bahwa *member* pengguna lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang memiliki persepsi yang kurang mengenai hambatan yang diberikan G Sport Center.
4. Sebagian besar pengguna jasa lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang berada dalam kategori tingkat loyalitas pelanggan rendah. Hal tersebut menandakan bahwa *member* pengguna lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang kurang loyal terhadap jasa penyedia lapangan futsal G Sport Center.

5. Kepuasan pelanggan dan persepsi *switching barriers* memiliki arah positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang. Hal ini berarti semakin tinggi skor kepuasan pelanggan dan persepsi *switching barriers* maka akan semakin tinggi pula skor loyalitas pelanggan. Begitu juga sebaliknya, jika semakin rendah skor kepuasan pelanggan dan persepsi *switching barriers* maka akan semakin rendah pula skor loyalitas pelanggan.

5.2. Saran

Peneliti mengajukan beberapa saran terkait dengan hasil penelitian yang dapat dijadikan pertimbangan berbagai pihak.

5.2.1. Saran Metodologis

Saran metodologis yang peneliti ajukan untuk penelitian selanjutnya untuk mendapatkan kajian lebih mendalam tentang loyalitas pelanggan yaitu, peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian dengan melibatkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan atau menambahkan dengan variabel lain. Variabel lain tersebut seperti variabel *image*, kualitas pelayanan dan *trust* (kepercayaan).

5.2.2. Saran Praktis

Saran praktis yang peneliti ajukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang, yaitu:

1. Untuk G Sport Center

- a. Disarankan kepada G Sport Center di Kota Padang agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan persepsi *switching barriers*.
- b. Dikarenakan variabel persepsi *switching barriers* yang memiliki *mean* paling rendah yaitu aspek persepsi terhadap *service recovery*, maka aspek tersebut yang harus lebih ditingkatkan lagi oleh G Sport Center. Misalnya dengan memberikan jam tambahan untuk menggunakan lapangan futsal apabila pelanggan terlambat bermain yang disebabkan oleh kelalaian pihak G Sport Center atau pihak G Sport Center bisa memberikan potongan harga kepada pelanggan atas kerugian yang telah dialami pelanggan yang disebabkan oleh kelalaian pihak G Sport Center).

2. Untuk Pelanggan

Pelanggan pengguna lapangan futsal G Sport Center diharapkan meningkatkan persepsi *switching barriers*, terutama pada dimensi persepsi terhadap *service recovery*. Dimana pelanggan sebaiknya menanyakan terlebih dahulu kepada pihak G Sport Center mengenai kerugian yang dialami, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antara pelanggan dengan pihak G Sport Center.