

BAB V

Penutup

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Kenyamanan Layanan, Lokasi, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Hayati Pratama Mandiri, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kenyamanan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudahan transaksi dan fasilitas yang nyaman terbukti mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, terutama kelompok responden berpendidikan Sarjana (S1).
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Keberadaan bengkel di pusat kota dan ketersediaan parkir yang luas memberikan nilai tambah bagi mobilitas pelanggan di Kota Padang, sehingga meningkatkan rasa puas mereka.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan yang bersumber dari kualitas produk original dan layanan yang cepat menjadi kunci utama yang mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan berulang (lebih dari 5 kali) dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini mengonfirmasi di mana kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel antara yang menghubungkan aspek fisik (lokasi) dan aspek layanan (kenyamanan) dengan loyalitas jangka panjang. Hasil ini memperkuat teori manajemen pemasaran bahwa loyalitas tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan pemenuhan kepuasan terlebih dahulu.

5.2.2 Implikasi Manajerial

Bagi manajemen PT Hayati Pratama Mandiri, hasil ini memberikan panduan praktis:

1. Manajemen PT Hayati perlu mempertahankan standar kemudahan transaksi digital karena aspek ini dinilai paling memuaskan oleh pelanggan.
2. Perusahaan perlu mempertahankan kualitas suku cadang asli Honda guna memenuhi ekspektasi pelanggan kelas menengah yang sangat peduli terhadap perbandingan harga dan manfaat
3. Walaupun lokasi sudah dinilai strategis, perusahaan perlu mempertimbangkan solusi atas kendala jalan satu arah agar aksesibilitas pelanggan tetap terjaga.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya:

1. Cakupan Lokasi: Penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan di Kota Padang, sehingga hasilnya mungkin memiliki dinamika yang berbeda jika diterapkan di daerah lain dengan karakteristik geografis yang berbeda.
2. Nilai R-Square menunjukkan angka 0,513, yang berarti masih terdapat 48,7% variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (seperti harga, promosi, atau citra merek) yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.4 Saran

1. Bagi Perusahaan: Disarankan agar PT Hayati melakukan evaluasi berkala terhadap layanan bengkel (X1.5) yang memiliki nilai rata-rata terendah di variabel kenyamanan guna meningkatkan loyalitas secara menyeluruh.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya: Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti digital marketing atau brand image, serta memperluas cakupan wilayah penelitian untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai loyalitas pelanggan di industri otomotif Sumatera Barat.