

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. *Price fairness* berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas pelanggan bus PT. Antar Lintas Sumatera sebesar 44,7%. Hal ini dibuktikan dari koefisien korelasi yang bernilai positif sebesar 0,669; dan nilai F hitung sebesar 79,302 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Besarnya pengaruh *price fairness* secara langsung ke loyalitas pelanggan sebesar 0,447; sedangkan pengaruh tidak langsung hanya sebesar 0,134. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh sebenarnya adalah pengaruh langsung.
2. *Customer services* berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas pelanggan bus PT. Antar Lintas Sumatera sebesar 35%. Hal ini dibuktikan dari koefisien korelasi yang bernilai positif sebesar 0,591; dan nilai F hitung sebesar 52,728 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Besarnya pengaruh *customer services* secara langsung ke loyalitas pelanggan sebesar 0,350; sedangkan pengaruh tidak langsung hanya sebesar 0,052. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh sebenarnya adalah pengaruh langsung.

## B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel pelanggan bus PT. Antar Lintas Sumatera, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh pelanggan jasa transportasi darat di Kota Medan, Sumatera Utara, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
2. Metode pengumpulan data yang digunakan hanya kuesioner, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
3. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh *price fairness* dan *customer services* yang dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan misalnya faktor *transaction, relationship, partnership* dan *ownership*.

## C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

### 1. Bagi Perusahaan Bus PT. Antar Lintas Sumatera

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa loyalitas pelanggan mendapatkan penilaian paling banyak dalam kategori rendah. Oleh karena itu, Perusahaan Bus PT. Antar Lintas Sumatera disarankan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara memberikan harga yang sesuai (*price fairness*) kepada pelanggan serta memberikan pelayanan pelanggan (*customer services*) yang lebih baik lagi kepada pelanggan,

sehingga tercipta kepuasan pelanggan dan dapat meraih loyalitas pelanggan.

## 2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, misalnya faktor *transaction*, *relationship*, *partnership* dan *ownership*. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti loyalitas pelanggan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid, Suharto (2011). *Cusomer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Aidasanti Feni (2010). “*Pengaruh Service Quality dan Price Fairness Terhadap Customer Loyalty Dengan Corporate Image, Trust dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Pemediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Pusat Perawatan Kecantikan Larissa Di Surakarta)*”. SKRIPSI. Surakarta: UNS
- Akbar, Sher; Ahmad Puad Mat Som; Fazli Wadood, Naser Jamil Alzaidiyeen. 2010. *Revitalzation of service quality to Gain Custuer Satisfaction and Loyalty. Journal of Business and Management*.
- Al Rasyid, Harun (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*.Bandung : Universitas Padjajaran
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin (2009). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bei, L.T. and Chiao, Y.C. (2001) *An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on consumer satisfaction and loyalty, journal of consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior*
- Cangara, Hafied (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Consuegra. D Molina (2007). *An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. Journal of Product & Brand Managemen*

- Dharmesta, Basu Swasta dan Handoko, T. Hani (2000). *Manajemen pemasaran: Analisa Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty
- Ghozali, Imam (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- \_\_\_\_\_ (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Griffin R.W (2002). *Management jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Hadi, Sutrisno (2004). *Statistik*. Yogyakarta: Andi offset
- Hanif, M, Hafeez S & Riaz A (2010). *Factors Affecting Customer Satisfaction*. Euro Journals Publishing
- Hurriyati, Ratih (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen*. Edisi 1. Bandung : Alfabeta
- Jogiyanto (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE
- Kahneman, D., Knetsch, J.L. and Thaler, R.H.(1986). *Fairness and the assumption of economics*”, *Journal of Business*.
- Kasmir (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Kotler, Philip (2005). *Marketing Management*, Prentice Hall: New Jersey
- Kotler, P. dan Keller, K, L. 2007. *Manajemen Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj)*. Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta : Indeks.

- Kurniawan, Adi (2011). “*pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen pada surat kabar harian kedaulatan rakyat*”. SKRIPSI. Yogyakarta: UNY
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Konsep Dasar pemasaran* jilid 1. Jakarta: PT. Sandi Mulia
- Mowen, Jhon C., Minor. Michael (2002). *Prilaku Konsumen Edisi Ke 5*. Jakarta: Erlangga
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Publis Relation dan Media Kominikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sugiyono (2003). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_ (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_ (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugondo, Tumin (2008). “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan PT. Antar Lintas Sumatera (PT.ALS) medan*” THESIS. Medan : USU
- Swastha, Basu (1990). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty
- Swastha, Basu & Handoko, Hani (2000). *Manajemen pemasaran: analisa Prilaku Konsumen*. Edisi pertama, Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, Fandy (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- \_\_\_\_\_ (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing

\_\_\_\_\_ (2008). *Strategi Pemasaran edisi 3*. Yogyakarta : Andi offset

Virvilaite, Regina; Violeta Saladiene, Dalius Skindaras. 2009. *The Relationship Between Price and Loyalty in Services Industry*. ISSN 1392 -2785 *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(3). 2009.

Xia, L Monroe (2004). The Price is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness perception. *Jornal of Marketing*

Yamin, S Sara (2009). “*Customer Services dan Loyalitas Pelanggan (pengaruh customer services terhadap loyalitas pelanggan kantor pos besar Medan)*” SKRIPSI. Medan: USU

Kementerian Perhubungan (2012): <http://hubdat.dephub.go.id/>

PT. Antar Lintas Sumatera (2012) <http://alspttransport.com/news.php>