BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada Bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai pelanggan pada jasa pengiriman paket di PT Mega Kargo Cabang Bandung di nilai tinggi dengan nilai persentase sebesar (78,7%). Hal ini menunjukan manfaat nilai pelanggan lebih tinggi dibanding pengorbanan/biaya yang dikeluarkan. Jika dilihat dari presentase tanggapan mengenai nilai pelanggan berdasarkan dimensi, nilai paling tinggi adalah manfaat nilai pelayanan dibandingkan pengorbanan yang dikeluarkan sebesar (40%), sedangkan yang rendah adalah manfaat nilai citra dibanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan (36,7%).

2. Tanggapan responden mengenai Citra perusahaan PT Mega Kargo Cabang Bandung secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase yang diperoleh sebesar (82,8%). Dilihat dari tanggapan responden yang paling tinggi adalah dari dimensi tingkat kesan profesionalisme karyawan sebesar (57,8%), sedangkan yang presentase yang rendah adalah tingkat etika karyawan (sikap) sebesar (44,4%).

3. Loyalitas pelanggan pada PT Mega Kargo cabang Bandung dinilai sudah tinggi dengan nilai persentase sebesar (82,4%). Dilihat dari tanggapan

mengenai loyalitas pelanggan berdasarkan dimensi, tanggapan responden yang paling tinggi adalah merekomendasikan kepada orang lain (77,8%) dan yang rendah adalah dari dimensi membeli antarlini produk atau jasa (28,9%).

4. Secara parsial (individu) nilai pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan pengaruh sebesar (43,9%). Begitu juga dengan variabel citra perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan total pengaruh sebesar (19,4%). Secara simultan nilai pelanggan dan citra perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan dengan total pengaruh sebesar 63,3% dan sisanya (36,7%) merupakan variable lain yang tidak diteliti yang meliputi; kecepatan pengiriman barang, potongan harga dan pasilitas pelacakan pengiriman.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap pokok permasalahan, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Nilai pelanggan pada PT Mega Kargo Cabang Bandung sudah tinggi, namun dimensi manfaat nilai citra dibanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan masih rendah dibanding dengan dimensi lain dari nilai pelanggan. Oleh karena itu manfaat nilai citra harus lebih di prioritaskan dan ditingkatkan oleh PT Mega Kargo cabang Bandung. Hal tersebut bisa dilakukan diantaranya dengan memperluas ruangan

sehingga pelanggan lebih nyaman dalam bertransaksi ataupun saat mengantri.

2. Citra perusahaan sudah dinilai baik oleh pelanggan, namun dimensi tingkat etika karyawan (sikap) masih rendah dibanding dengan dimensi yang lain dari citra perusahaan. Oleh karena itu, citra PT Mega Kargo Cabang Bandung harus lebih ditingkatkan. Salah satu diantaranya, dengan senyum, sapa dan sopan kepada setiap pelanggan yang datang.

3. Perusahaan sebaiknya dapat menjaga loyalitas pelanggan yang sudah dinilai baik. Namun dimensi membeli antarlini produk atau jasa masih perlu ditingkatkan karena mendapatkan skor yang rendah dibanding dengan dimensi lain dari loyalitas pelanggan. PT Mega Kargo cabang Bandung harus menambah produk atau pelayanan jasa yang ditawarkan sehingga produk atau jasa yang ditawarkan lebih bervariatif ataupun dengan memberikan diskon yang berbeda dalam setiap produk atau jasa yang ditawarkan sehingga pelanggan bisa tertarik dengan lini produk atau jasa yang ditawarkan PT Mega Kargo cabang Bandung.
4. PT Mega Kargo Cabang Bandung diharapkan mampu lebih meningkatkan Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan sudah mempunyai pengaruh yang signifikan, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi. Diantaranya dengan kecepatan dalam pengiriman, potongan harga dan pasilitas pelacakan pengiriman yang mudah di akses oleh pelanggan.