

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 45 pelanggan PT. Lintas Trans Logistik menemukan bahwa faktor-faktor berikut memengaruhi loyalitas pelanggan:

1. Variabel Kualitas Layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Lintas Trans Logistik (Thitung 2,870 > Ttabel 2,019 ,  $\alpha < 0,05$ ), dengan indikator yang dapat diandalkan (Cronbach's alpha = 0,839).
2. Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) meskipun tidak signifikan terhadap loyalitas (Thitung -0,247 < Ttabel 2,019 ,  $\alpha > 0,05$ ), memiliki reliabilitas yang baik (Cronbach's alpha = 0,917). Adanya tidak signifikan dengan variabel ketepatan waktu pengiriman karena terdapat ketidakpastian yang cukup besar terkait dengan akurasi jadwal pengiriman (X2.4) dan estimasi waktu yang diberikan oleh perusahaan (X2.8), di mana sebagian responden merasa tidak dapat mengandalkannya. Selain itu, sekitar dua pertiga dari responden (64,4%) mengalami keterlambatan dalam pengiriman (X2.7), mencerminkan tantangan dalam memenuhi ekspektasi waktu yang telah ditetapkan.
3. Variabel Harga Yang Kompetitif (X3) sangat signifikan meningkatkan loyalitas pelanggan (Thitung 3,892 > Ttabel 2,019 ,  $\alpha < 0,05$ ), dengan indikator yang konsisten (Cronbach's alpha = 0,870).
4. Variabel Loyalitas pelanggan (Y), dipengaruhi positif oleh kualitas layanan dan harga kompetitif (Uji F,  $p < 0,001$ ; adjusted  $R^2 = 0,638$ ), menunjukkan model yang kuat dalam menjelaskan variasi loyalitas pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis tentang loyalitas pelanggan PT. Lintas Trans Logistik terhadap kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan harga yang kompetitif, beberapa rekomendasi berikut dapat disampaikan:

1. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan harga yang kompetitif adalah variabel bebas yang signifikan, dan loyalitas pelanggan adalah variabel terikat. Ini memberikan kontribusi signifikan untuk industri pemasaran logistik dan dapat digunakan sebagai perbandingan dengan teori-teori yang diajarkan di perkuliahan
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menyelidiki faktor lain yang dapat mempengaruhi kesetiaan pelanggan, variabel seperti interaksi dengan pelanggan, tingkat kepuasan, kepercayaan, dan keandalan layanan. Hal ini akan meningkatkan pemahaman kita tentang komponen yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks perusahaan logistik.

Diharapkan saran-saran ini dapat memberikan kontribusi positif dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di PT. Lintas Trans Logistik melalui peningkatan kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan strategi penetapan harga yang kompetitif.