

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Pengaruh kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) pada PT Pelindo Sub Regional Jawa Timur. Karena kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, manajemen perlu terus meningkatkan standar pelayanan - baik dari sisi SDM (sikap, kompetensi, dan kecepatan layanan) maupun fasilitas pendukung. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki nilai original sample sebesar 0,558, *T-statistic* sebesar 7,374, dan *P-value* 0,000. Karena ($7,374 > 1,96$) dan ($0,000 < 0,05$), maka hasil nilai tersebut berpengaruh dan signifikan.
2. Pengaruh kepuasan pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada PT Pelindo Sub Regional Jawa Timur. Pentingnya Menjaga Tingkat kepuasan pelanggan karena kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas, PT Pelindo harus fokus pada evaluasi dan peningkatan pengalaman pelanggan secara menyeluruh, mulai dari proses awal hingga pasca-layanan. Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai original sample sebesar 0,360, *T-statistic* sebesar 5,799, dan *P-value* 0,000. Karena ($5,799 > 1,96$) dan ($0,000 < 0,05$), maka hasil nilai tersebut berpengaruh dan signifikan.

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada PT Pelindo Sub Regional Jawa Timur. PT Pelindo harus menjadikan peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi utama untuk membangun loyalitas pelanggan. Fokus pada aspek keandalan layanan, kecepatan, keramahan, keamanan, dan kenyamanan sangat penting. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai original sample sebesar 0,623, *T-statistic* sebesar 9,644, dan *P-value* 0,000. Karena ($9,644 > 1,96$) dan ($0,000 < 0,05$), maka hasil nilai tersebut berpengaruh dan signifikan.
4. Pengaruh kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) pada PT Pelindo Sub Regional Jawa Timur. Pentingnya kepuasan sebagai jembatan menuju loyalitas meskipun kualitas pelayanan penting, namun pelanggan akan benar-benar loyal jika mereka merasa puas secara emosional dan fungsional. Maka, PT Pelindo perlu memastikan bahwa setiap peningkatan pelayanan diikuti oleh peningkatan persepsi puas dari pelanggan. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dengan nilai original sample sebesar 0,201, *T-statistic* sebesar 3,813, dan *P-value* 0,000. Karena ($3,813 > 1,96$) dan ($0,000 < 0,05$), maka hasil nilai tersebut berpengaruh dan signifikan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis setelah melakukan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, harapannya penelitian ini dapat berguna untuk dijadikan bahan referensi, pedoman, acuan dan harapannya dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat dijadikan sebagai penelitian. Masih banyak variabel diluar penelitian yang berkaitan dengan seperti kualitas pelayanan, citra merek, keterlibatan pelanggan dan sebagainya.
2. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu administrasi bisnis, khususnya pada bidang manajemen pelayanan jasa di sektor maritim. Diharapkan para akademisi dapat mengembangkan kajian lebih lanjut dengan pendekatan teoritis lain selain *Servqual*, seperti Kano Model atau model *Customer Experience Management*.
3. Bagi perusahaan, harapannya dapat menjaga *customer engagement*, meningkatkan *customer service quality* supaya pelanggan tetap merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang nantinya akan memberi keuntungan bagi pihak perusahaan juga.