

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, pengolahan data, dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. ***Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*.** Dengan nilai *Original Sample* 0,578, *T-Statistics* 4,836 dan *P-Values* 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Sandi Bahari Nusantara, semakin tinggi loyalitas yang muncul dari pelanggan. Pelayanan yang andal, cepat, aman, responsif, serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan dapat mendorong penggunaan kembali jasa, rekomendasi yang positif, dan ketahanan pelanggan dalam menghadapi penawaran yang dilakukan oleh pesaing.
2. ***Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.** Dengan nilai *Original Sample* 0,757, *T-Statistics* 14,784, dan *P-Values* 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketepatan layanan,, keamanan barang, kejelasan informasi kemampuan petugas, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan akan membentuk pengalaman pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Hubungan ini memiliki pengaruh paling kuat dalam model penelitian.
3. ***Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*.** Dengan nilai *Original Sample* 0,328, *T-Statistics* 2,577, dan *P-Values* 0,010. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang puas terhadap hasil jasa, proses pelayanan, pengalaman yang dirasakan, harga, dan biaya cenderung mempertahankan hubungan dengan perusahaan.

Kepuasan tersebut mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan jasa PT. Sandi Bahari Nusantara, memberikan rekomendasi yang positif, dan tidak mudah berpindah kepada penyedia jasa lain.

4. ***Customer Satisfaction mampu memediasi pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty.*** Dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,248 *T-Statistics* sebesar 2,604, dan *P-Values* sebesar 0,009. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan loyalitas secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Karena pengaruh langsung dan tidak langsung sama-sama signifikan, *customer satisfaction* berperan sebagai mediasi parsial komplementer. Artinya, kualitas pelayanan dapat langsung membentuk loyalitas, namun pengaruh tersebut menjadi lebih kuat ketika pelanggan terlebih dahulu memperoleh pengalaman yang memuaskan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Selain memberikan kontribusi teoritis dan praktis, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Penelitian hanya melibatkan 100 pelanggan PT. Sandi Bahari Nusantara, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada perusahaan logistik dan maritim lainnya.
2. Penelitian hanya menguji variabel *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*, sehingga faktor lain seperti *Customer Trust*, *Perceived Value*, *Price Fairness*, dan *Corporate Image* belum dianalisis.
3. Pengumpulan data dilakukan secara *cross-sectional* melalui kuisioner, sehingga belum menggambarkan perubahan persepsi pelanggan dari waktu ke waktu. Selain itu, beberapa indikator memiliki nilai *outer loading* rendah sebelum dieliminasi, sehingga redaksinya masih perlu disesuaikan dengan karakteristik jasa logistik dan maritim.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Praktis Bagi PT. Sandi Bahari Nusantara
 - a. PT. Sandi Bahari Nusantara perlu meningkatkan *service quality* secara konsisten melalui ketepatan jadwal, keamanan barang, ketelitian dokumen, kecepatan respons, kompetensi petugas, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menetapkan standar respons maksimal 1x24 jam, menggunakan checklist pengiriman, dan memberikan pelatihan bersertifikasi secara berkala kepada petugas.
 - b. Perusahaan perlu melakukan evaluasi kepuasan secara berkala, menyampaikan informasi harga dan biaya secara transparan, serta menyediakan sistem penanganan keluhan yang mudah diakses dan terdokumentasi sebagai dasar perbaikan pelayanan. Evaluasi dapat dilakukan melalui survei secara berkala, *invoice* digital, dan membuat layanan pengaduan terpusat.
 - c. Perusahaan disarankan memperkuat, hubungan jangka panjang melalui komunikasi rutin, evaluasi layanan bersama, penawaran sesuai kebutuhan, dan penghargaan bagi pelanggan tetap agar pelanggan menggunakan jasa secara berulang dan konsisten, rekomendasi positif, dan kesinambungan kerja sama meningkat. Langkah ini dapat dilakukan melalui pertemuan secara berkala, diskon atau prioritas layanan, serta penyampaian informasi pengiriman secara *realtime*.
2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain, seperti *customer trust*, *perceived value*, *price fairness*, *corporate image*, *relationship quality*, atau *customer experience*, agar faktor pembentuk *customer loyalty* dapat dijelaskan secara lebih menyeluruh.

- b. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian pada perusahaan logistik dan maritim lainnya, yang melibatkan responden dari wilayah yang lebih luas.
- c. Peneliti selanjutnya memperbaiki redaksi indikator yang memiliki nilai *outer loading* rendah agar sesuai dengan karakteristik jasa logistik dan maritim.