

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh pembahasan dari analisis statistik data yang sudah dilakukan pada penelitian ini mengenai temuan terkait dengan kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas, baik secara langsung ataupun melalui mediasi kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi LRT Jabodebek. Maka, diperoleh kesimpulan bahwa, untuk variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini, artinya jika pengguna LRT Jabodebek merasa kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa sangat baik, maka kepuasan mereka atas jasa transportasi LRT Jabodebek akan makin meningkat. Sama halnya dengan variabel harga yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini, artinya jika harga yang ditetapkan LRT Jabodebek makin terjangkau, makin sesuai dengan kualitas dan manfaat, dan makin berdaya saing, maka kepuasan mereka atas jasa transportasi LRT Jabodebek juga akan meningkat. Hasil tersebut mendukung teori kepuasan pelanggan berupa pemenuhan ekspektasi pelanggan atas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa yang masuk pada perspektif psikologi disonansi kognitif.

Lebih lanjut, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas secara langsung, artinya jika pengguna LRT Jabodebek merasa kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa sangat baik, maka loyalitas mereka pada jasa transportasi LRT Jabodebek akan makin meningkat. Sama halnya dengan variabel harga yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas secara langsung, artinya jika harga yang ditetapkan LRT Jabodebek makin terjangkau, makin sesuai dengan kualitas dan manfaat, dan makin berdaya saing, maka loyalitas mereka pada jasa transportasi LRT Jabodebek akan makin meningkat. Kemudian temuan untuk variabel mediasi, yaitu variabel kepuasan pelanggan didapati berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas secara langsung, artinya jika kepuasan pengguna LRT Jabodebek makin meningkat, maka loyalitas mereka pada jasa transportasi LRT Jabodebek akan makin meningkat. Temuan tersebut menunjukkan potensi dari variabel kepuasan

pelanggan sebagai mediator untuk variabel independen pada penelitian ini. Adapun loyalitas pada penelitian ini berkuat pada dimensi integratif, berupa perilaku penggunaan berulang pelanggan dan sikapnya terhadap jasa.

Kemudian, hasil analisis pengaruh tidak langsung atau pengaruh mediasi pada penelitian ini, didapati bahwa variabel kepuasan pelanggan benar-benar mampu memediasi pengaruh dari kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas, artinya setelah peningkatan kualitas layanan serta harga yang ditetapkan makin terjangkau, makin sesuai dengan kualitas dan manfaat, dan makin berdaya saing mendorong peningkatan kepuasan pengguna, selanjutnya peningkatan kepuasan tersebut akan mendorong pengguna menjadi lebih loyal terhadap jasa transportasi LRT Jabodebek. Berdasarkan hasil kecocokan model, peran mediasi tersebut sangat penting di dalam penelitian ini, karena mampu meningkatkan pengaruh keseluruhan dari variabel kualitas layanan dan harga terhadap variabel loyalitas pada pengguna jasa transportasi LRT Jabodebek. Hasil statistik inferensial tersebut benar-benar mampu menjawab rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini.

Berdasarkan jawaban dari responden, didapati bahwa persepsi mereka terhadap layanan dan harga dari jasa transportasi LRT Jabodebek secara umum menunjukkan hasil yang baik. Mulai dari penilaian positif terhadap kualitas layanan, terutama dalam hal keramahan petugas. Selain itu, untuk persepsi responden terhadap harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang diterima. Meskipun demikian, beberapa responden juga menunjukkan persepsi negatif mereka atas ekspektasi yang tak terpenuhi dari sisi kualitas layanan ataupun relevansi dari harga yang ditetapkan.

Dengan demikian, semua variabel independen pada penelitian ini, yaitu kualitas layanan dan harga, serta variabel mediasi berupa kepuasan pelanggan berperan dalam memengaruhi variabel dependen berupa loyalitas. Kepuasan pelanggan terbukti menjadi kunci dalam membangun loyalitas pengguna jasa transportasi LRT Jabodebek, menunjukkan urgensi dalam peningkatan kualitas layanan dan penetapan harga yang kompetitif dalam mendorong loyalitas pengguna. Hasil penelitian ini juga mendukung teori dan beberapa penelitian sebelumnya, menegaskan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki peran penting

dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna di dalam konteks transportasi publik.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Prosedur pelaksanaan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sudah sesuai dengan standar dan kaidah ilmiah yang sudah ditetapkan, baik dari para ahli ataupun universitas sebagai institusi akademis. Namun, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Keterbatasan jumlah sampel dan objek penelitian. Jumlah sampel pada penelitian ini hanya berjumlah sebanyak 120 responden pada 1 objek, yaitu pengguna jasa transportasi LRT Jabodebek. Jumlah tersebut tidak dapat mewakili persepsi pengguna secara umum dalam konteks loyalitas pengguna transportasi publik sehingga cukup sulit mendapatkan hasil yang konsisten untuk wilayah ataupun jasa transportasi yang berbeda dengan objek pada penelitian ini.
2. Keterbatasan dalam proses pengumpulan data. Seperti yang sudah dijabarkan pada bagian metode, pengumpulan data penelitian ini dilakukan secara daring, dengan memanfaatkan *google form* sebagai tempat pengisian kuesioner dan juga penyebaran melalui jejaring sosial menyebabkan peneliti tidak mengetahui ketelitian responden dalam menjawab setiap butir pernyataan yang diberikan. Karenanya, beberapa umpan balik dari responden yang melakukan pengisian mungkin tidak mencerminkan keadaan mereka yang sebenarnya yang disebabkan oleh bias ataupun faktor lain di luar kendali peneliti. Selain itu, karena tidak semua target populasi menggunakan media sosial, hal tersebut juga dapat memengaruhi representasi populasi dan generalisasi hasilnya.
3. Keterbatasan dari variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti dua variabel terikat, yaitu kualitas layanan dan harga, variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan, dan juga variabel loyalitas sebagai variabel terikat. Adanya keterbatasan disebabkan karena, variabel yang dipergunakan belum tentu menjadi satu-satunya faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna pada objek penelitian.

5.3. Saran

Berdasarkan pembahasan, kesimpulan, serta keterbatasan penelitian yang sudah dijabarkan di atas, terdapat saran yang peneliti berikan, baik dalam sisi praktis untuk pihak pemangku kepentingan dari jasa transportasi LRT Jabodebek, dan dari sisi teoretis untuk peneliti di masa depan. Saran yang diberikan yaitu:

1. Berdasarkan hasil temuan, rekomendasi peneliti untuk pemangku kepentingan LRT Jabodebek dari sisi kualitas layanan di antaranya adalah, berupaya dalam mempertahankan atau sebaiknya meningkatkan kualitas yang sudah ada, seperti keandalan jadwal dan informasi, petugas di area stasiun dan kereta, serta penampakan fisik di area layanan, mengingat kualitas layanan mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas secara langsung. Lebih lanjut, pemangku kepentingan LRT Jabodebek dapat melakukan pengembangan kualitas layanan dari sisi digital, seperti pengadaan sistem informasi mengenai kepadatan di area peron stasiun dan informasi pergerakan kereta secara *real-time* yang disediakan di *entrance area* stasiun, ataupun terintegrasi di dalam situs web dan aplikasi *mobile*. Pengembangan tersebut akan meningkatkan keandalan layanan digital dari LRT Jabodebek, yang membuat pengguna dapat menghindari kepadatan serta memilih waktu terbaik dan nyaman bagi mereka untuk melakukan keberangkatan. Pengembangan tersebut dapat menjadi faktor pendorong tambahan untuk meningkatkan loyalitas secara langsung.
2. Berdasarkan hasil temuan, rekomendasi peneliti untuk pemangku kepentingan LRT Jabodebek dari sisi penetapan harga di antaranya adalah, evaluasi dalam hal penetapan harga guna meningkatkan relevansi harga dengan kualitas, manfaat, dan daya saing dengan moda transportasi publik lainnya, mengingat harga menjadi faktor yang kuat dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna. Lebih lanjut, pengembangan strategi penetapan harga yang dapat dilakukan LRT Jabodebek diantaranya, penawaran sistem abonemen yang membuat pengguna dapat membayar harga yang tetap secara berkala, yang memberikan diskon khusus dibandingkan tarif *single trip*, dan bermitra dengan berbagai *platform* pembayaran digital untuk melakukan program promosi seperti potongan harga atau *cashback*.

Upaya tersebut dapat menjadi faktor pendorong yang memperkuat loyalitas pengguna LRT Jabodebek. Selain itu, pemangku kepentingan LRT Jabodebek juga perlu melakukan upaya dalam memahami berbagai faktor lainnya yang mampu meningkatkan kepuasan penggunanya, mengingat kepuasan sendiri menjadi faktor yang sangat kuat dalam memengaruhi loyalitas pengguna selain harga. Pemberian saran tersebut dilakukan dengan harapan loyalitas pengguna dari jasa transportasi LRT Jabodebek mampu meningkat, yang akan berdampak positif dari sisi perekonomian dan lingkungan, atau setidaknya bagi keberlangsungan bisnis LRT Jabodebek sebagai badan usaha, mitra bisnis seperti UMKM dan ritel yang membuka *tenant* di area layanan, dan bisnis properti yang terikat langsung pada jasa LRT Jabodebek, seperti LRT *City* dari PT ADCP.

3. Berdasarkan keterbatasan yang sudah dijabarkan, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya untuk melakukan pengembangan ataupun memperdalam kerangka teoretis yang ada pada penelitian ini. Mulai dari penggunaan variabel tambahan yang secara teoretis atau praktis mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas, ataupun memperdalam kajian teoretis yang ada pada variabel penelitian ini untuk menemukan indikator baru atau kemungkinan variabel lainnya yang dapat disertakan. Lebih lanjut, penambahan kuantitas sampel ataupun penggunaan objek transportasi publik lain juga disarankan untuk peningkatan generalisasi hasil penelitian loyalitas pengguna jasa transportasi publik. Selain itu, melihat situasi LRT Jabodebek sebagai jasa transportasi yang masih tergolong baru, dapat dilakukan penelitian lainnya di bidang pemasaran dalam konteks selain yang diteliti pada penelitian ini, seperti komunikasi pemasaran ataupun konteks lain yang sesuai dengan fenomena yang mungkin saja terjadi di masa depan.