

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berlandaskan atas hasil analisis yang sudah dilaksanakan, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya kualitas pelayanan ialah aspek yang paling dominan guna memengaruhi loyalitas pelanggan PT Blue Bird Tbk. Loyalitas pelanggan sebagian besar dibentuk oleh pengalaman layanan yang dirasakan secara langsung, seperti tingkat keamanan dan kenyamanan selama perjalanan, profesionalitas pengemudi, ketepatan waktu pelayanan, serta kondisi armada yang terawat. Ketika pelanggan merasakan pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan harapan, maka akan terbentuk kepercayaan dan keinginan untuk terus menggunakan layanan dalam jangka panjang. Maka dari itu, kualitas pelayanan berperan sebagai landasan pokok guna membangun serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

Selanjutnya, dapat disimpulkan bahwa promosi mempunyai peranan yang sangat terbatas guna membangun loyalitas pelanggan PT Blue Bird Tbk. Program promosi tidak berperan sebagai pertimbangan utama bagi pelanggan guna menetapkan keputusan untuk tetap memakai layanan perusahaan. Loyalitas pelanggan cenderung tidak dibangun melalui intensitas promosi semata, melainkan melalui pengalaman penggunaan jasa yang berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi lebih berfungsi sebagai sarana pendukung untuk menarik perhatian pelanggan, namun kurang efektif dalam membangun loyalitas jangka panjang apabila tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang baik.

Sementara itu, harga juga memiliki peran dalam memengaruhi loyalitas pelanggan, meskipun bukan sebagai faktor utama. Pelanggan mempertimbangkan kesesuaian antara anggaran yang dikeluarkan dengan manfaat yang didapatkan melalui layanan yang digunakan. Selama pelanggan menilai bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan tingkat keamanan, kenyamanan, dan keandalan layanan yang diberikan, maka loyalitas terhadap perusahaan tetap dapat terjaga. Dengan demikian, penetapan harga yang wajar dan sesuai dengan nilai layanan menjadi faktor pendukung dalam mempertahankan loyalitas pelanggan PT Blue Bird Tbk.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Walaupun riset ini telah dilakukan menggunakan metode yang tepat, ditemukan sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan pada pengembangan riset selanjutnya. Teknik pengumpulan data yang dipakai berwujud kuesioner *online* berpotensi menimbulkan bias, karena jawaban responden sangat bergantung pada kejujuran, pemahaman, dan ketelitian mereka saat mengisi kuesioner. Dalam beberapa kasus, responden mungkin memberikan jawaban yang tidak sepenuhnya mencerminkan pengalaman nyata atau hanya berdasarkan persepsi sesaat. Di sisi lain, variabel penelitian yang dipakai masih memiliki keterbatasan terhadap mutu pelayanan, promosi, serta harga, padahal loyalitas konsumen bisa juga diberi pengaruh melalui beragam aspek lainnya seperti halnya kepuasan pelanggan, citra merek, kepercayaan, pengalaman penggunaan aplikasi, serta fitur-fitur digital yang ditawarkan penyedia layanan. Di luar itu, terdapat faktor eksternal seperti kondisi lalu lintas, situasi ekonomi, persepsi keamanan di kota tertentu, hingga kebijakan pemerintah yang berpotensi memengaruhi perilaku dan persepsi pelanggan, namun aspek tersebut tidak menjadi bagian dari ruang lingkup penelitian ini.

5.3. Saran

1. Saran Bagi Perusahaan (PT Blue Bird Tbk)

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar PT Blue Bird Tbk memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan karena variabel ini terbukti memberikan pengaruh terbesar terhadap loyalitas pelanggan. Perusahaan perlu menyelenggarakan pelatihan pengemudi secara berkelanjutan yang berfokus pada peningkatan keramahan, profesionalitas, kemampuan komunikasi, serta keterampilan dalam menangani berbagai situasi selama perjalanan. Selain itu, perusahaan perlu memastikan konsistensi standar pelayanan di seluruh wilayah operasional agar setiap pelanggan memperoleh pengalaman layanan yang seragam dan berkualitas, sehingga citra positif perusahaan dapat terus terjaga.

Selanjutnya, perusahaan disarankan untuk mengevaluasi strategi harga guna meningkatkan persepsi nilai pelanggan. Upaya ini tidak harus

dilakukan melalui penurunan tarif, melainkan dapat diwujudkan melalui pengembangan program loyalitas berbasis poin, pemberian tarif paket untuk rute atau perjalanan tertentu, serta penawaran harga pada waktu-waktu tertentu. Di sisi promosi, PT Blue Bird Tbk perlu meningkatkan efektivitas strategi promosi dengan mengemasnya secara lebih kreatif dan relevan, seperti melalui kampanye digital, kolaborasi dengan influencer, serta pemanfaatan konten interaktif di media sosial. Selain itu, penguatan komunikasi publik dan kehadiran digital melalui konten yang informatif, edukatif, dan menarik diharapkan dapat menciptakan kedekatan emosional dengan pelanggan serta meningkatkan kepercayaan terhadap merek dalam jangka panjang.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi periset berikutnya, harapannya mampu melakukan pengembangan riset melalui penambahan variabel lainnya yang memiliki potensi memberi dampak pada loyalitas pelanggan, seperti citra merek, kepuasan pelanggan, kepercayaan, kemudahan penggunaan aplikasi, atau kualitas teknologi layanan. Penelitian berikutnya juga mampu memakai metode analisis yang tidak sama atau pendekatan kualitatif guna mendapatkan wawasan yang lebih mendalam terkait perilaku dan persepsi pelanggan.

Selain itu, peneliti berikutnya dapat memperluas objek dan wilayah penelitian, tidak hanya terbatas pada satu perusahaan atau satu wilayah tertentu, alhasil hasil riset mampu dilakukan generalisasi dengan cara lebih luas. Penggunaan jumlah responden yang lebih besar serta periode riset yang lebih panjang juga harapannya mampu memberikan hasil yang lebih komprehensif serta akurat terkait faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di industri transportasi jasa