

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan:

1. *Customer Value* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Jhon Motor Padang Jati, yang dibuktikan oleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  serta nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel atau  $6,635 > 1,669$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan pelanggan, maka semakin kuat kecenderungan mereka untuk tetap loyal terhadap layanan bengkel tersebut.
2. *Customer Experience* berpengaruh negatif namun signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Jhon Motor Padang Jati, dibuktikan dengan  $t$  hitung  $-4,490 < t$  tabel  $1,669$  dan  $p = 0,005 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman yang kurang sesuai dengan harapan pelanggan justru dapat menurunkan tingkat loyalitas, sehingga perbaikan kualitas pengalaman pelanggan sangat diperlukan.
3. Kepercayaan pelanggan terbukti memiliki pengaruh negatif namun signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Jhon Motor Padang Jati, yang ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung  $-4,415 > 1,669$  serta nilai signifikansi  $p$  sebesar  $0,002 < 0,05$ . Kondisi ini menandakan bahwa rendahnya tingkat kepercayaan pelanggan dapat menjadi faktor penghambat terciptanya loyalitas jangka panjang, sehingga perlu adanya peningkatan transparansi dan konsistensi layanan.
4. *Customer Value*, *Customer Experience*, dan Kepercayaan Pelanggan secara simultan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai  $p$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan variasi loyalitas pelanggan, di mana peningkatan nilai yang dirasakan pelanggan, pengalaman, dan kepercayaan yang baik akan semakin memperkuat loyalitas pelanggan terhadap bengkel.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bengkel Jhon Motor disarankan untuk terus meningkatkan nilai, pengalaman, dan kepercayaan yang baik dengan cara memberikan layanan yang sepadan atau melebihi ekspektasi pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui penggunaan suku cadang yang berkualitas, pelayanan teknisi yang profesional, serta penawaran harga yang kompetitif dan transparan. Memberikan nilai tambah seperti layanan antar-jemput kendaraan atau diskon loyalitas juga dapat menjadi langkah strategis yang efektif dalam menjaga loyalitas pelanggan.
2. Pihak Bengkel Jhon Motor perlu mengevaluasi kembali strategi penciptaan nilai bagi pelanggan, memastikan bahwa setiap peningkatan pada dimensi Customer Value selaras dengan pembentukan rasa percaya, kepuasan emosional, dan ikatan jangka panjang, sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga dan bahkan meningkat.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha jasa, khususnya bengkel, untuk meningkatkan kualitas layanan dengan memahami perilaku pelanggan serta membangun hubungan jangka panjang melalui peningkatan nilai, pengalaman positif, dan kepercayaan secara konsisten.
4. Penelitian ini hanya dilakukan pada pelanggan Bengkel Jhon Motor Padang Jati. Untuk meningkatkan generalisasi hasil, Saran untuk penelitian berikutnya adalah memperluas objek penelitian ke bengkel lain atau sektor jasa serupa di berbagai wilayah, sehingga diperoleh perbandingan yang lebih luas dan relevan dalam konteks yang berbeda.

