

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan dan persepsi harga berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan di Fitness Plus Jogja, dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi. Sebanyak tujuh hipotesis dirumuskan dan diuji dengan memanfaatkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada anggota Fitness Plus Jogja. Proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Hasil dari analisis tersebut menghasilkan sejumlah kesimpulan yang mencakup antara lain:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi pelanggan yang positif terhadap mutu layanan di Fitness Plus Jogja memiliki keterkaitan langsung dengan peningkatan kepuasan yang mereka alami. Artinya, mutu layanan yang mampu memenuhi maupun melampaui harapan pelanggan memainkan peran signifikan dalam membentuk dan meningkatkan tingkat kepuasan tersebut.

2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Temuan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Fitness Plus Jogja. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap mutu layanan yang diterima berkontribusi dalam membentuk hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan antara pelanggan dan merek.

3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hal ini memperlihatkan jika adanya korelasi positif dan signifikan antara bagaimana pelanggan mempersepsikan harga di Fitness Plus Jogja dan tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kewajaran dan nilai yang didapat dari harga yang ditawarkan, semakin besar pula tingkat kepuasan mereka. Temuan ini memperkuat pemahaman mengenai signifikansi persepsi keadilan harga dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan tersebut cenderung meningkat secara signifikan apabila pelanggan meyakini bahwa biaya yang dikeluarkan untuk keanggotaan atau layanan setara, atau bahkan melampaui, manfaat yang mereka peroleh.

4. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kesimpulan ini memperlihatkan jika persepsi harga memiliki kemampuan untuk mendorong pelanggan agar tetap setia dan

melakukan pembelian ulang di Fitness Plus Jogja. Hal ini menegaskan bahwa persepsi terhadap harga yang wajar serta mampu mencerminkan nilai yang kompetitif memainkan peran sentral dalam membentuk dan menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Ketika konsumen menilai bahwa biaya yang mereka keluarkan sepadan dengan manfaat yang diperoleh, kecenderungan mereka untuk menjalin keterikatan emosional yang lebih erat dengan Fitness Plus Jogja meningkat.

5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Temuan penelitian ini mengidentifikasi adanya korelasi positif antara tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap Fitness Plus Jogja. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap keseluruhan pengalaman layanan, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut serta merekomendasikannya kepada orang lain.

6. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang optimal memberikan dampak tidak langsung terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Dampak tersebut berlangsung melalui mekanisme mediasi oleh kepuasan pelanggan yang berfungsi sebagai variabel

perantara. Artinya, pelayanan yang unggul berkontribusi dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya menjadi elemen krusial dalam memperkuat loyalitas pelanggan terhadap Fitness Plus Jogja.

7. Persepsi Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi terhadap harga berperan secara tidak langsung dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hubungan tersebut terjadi melalui perantara berupa kepuasan pelanggan. Artinya, apabila pelanggan menilai harga yang ditetapkan sebagai sesuatu yang layak, maka hal tersebut akan menumbuhkan rasa puas, yang selanjutnya menjadi faktor penting dalam memperkuat loyalitas pelanggan terhadap Fitness Plus Jogja.

B. Saran

Merujuk pada hasil temuan dan kesimpulan penelitian ini, terdapat sejumlah usulan yang layak untuk disampaikan. Rekomendasi-rekomendasi ini diajukan oleh peneliti sebagai masukan yang dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan maupun penelitian lanjutan di masa mendatang:

1. Praktis

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi praktis yang dapat dilakukan oleh Fitness Plus Jogja.

Pertama, disarankan untuk secara aktif mengoptimalkan kualitas layanan dengan menganalisis elemen spesifik yang paling efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penting untuk secara konsisten memastikan bahwa harga yang ditawarkan dirasakan adil dan sebanding dengan nilai yang diterima. Persepsi harga yang dianggap wajar telah terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu, Fitness Plus Jogja harus terus memastikan jika harga yang ditawarkan secara terus-menerus konsisten dirasakan sebanding dengan nilai komprehensif yang diterima oleh pelanggan.

Kedua, Fokus utama harus selalu pada peningkatan berkelanjutan kepuasan pelanggan, karena kepuasan adalah pendorong utama loyalitas. Fitness Plus Jogja disarankan untuk terus mengalokasikan sumber daya yang berorientasi penuh pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Terakhir, perusahaan perlu aktif mengidentifikasi dan memperkuat pemicu loyalitas lain di luar kualitas layanan yang mungkin lebih dominan, seperti membangun komunitas anggota melalui acara sosial.

2. Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang relevan dalam bidang pemasaran yang tidak ada di dalam penelitian ini. Selain itu, pengembangan konteks penelitian

dengan mengkaji perusahaan lain dalam industri yang sama maupun berbeda. Dengan pendekatan yang lebih komprehensif, kajian di masa depan diharapkan mampu menyempurnakan teori yang telah ada.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA