

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan yakni:

1. *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang.
2. *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api KAI di Kota Padang.
4. *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Kereta Api KAI di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Sesuai dengan kesimpulan hasil melakukan pengujian hipotesis dan Tingkat Capaian Responden (TCR) pada penelitian dapat dikatakan cukup baik maka dapat diajukan beberapa implikasi:

1. Diharapkan PT.KAI terus melakukan terciptanya kenyamanan pada saat bepergian dengan kereta api dan pengembangan teknologi kereta api ke depan harus didukung manajemen asset yang pintar dan infrastruktur yang berkelanjutan.

2. Diharapkan PT.KAI diketahui bahwasanya *customer relationship management* memiliki peranan sangat penting juga dalam menguatkan kepuasan penumpang PT.KAI, *customer relationship management* sangat perlu diperhatikan juga kerna meningkatkan kepuasan bagi penumpang dan akan terus menggunakan transportasi kereta api untuk berpergian keliling kota.
3. Diharapkan PT.KAI di Kota Padang memiliki peranan penting dalam mendorong loyalitas penumpang kereta api. Bahwasanya kenyamanan dan pelayanan penumpang akan meresahkan kepuasan dan akan menggunakan secara terus menerus transportasi kereta api dan penumpang akan loyal terhadap kereta api terutama dalam berpergian didalam kota.
4. . Diharapkan PT.KAI di Kota padang harus meningkatkan kenyamanan, fasilitas dan strategi promosi agar penumpang punya perasaan yang tidak buruk terhadap kereta api. Oleh karena itu disarankan bagi pihak kereta api untuk lebih meningkatkan pelayanan dan pelatihan karyawan agar bisa melayani penumpang dengan professional.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang disampaikan penulis untuk penelitian dan pembaca selanjutnya yakni:

1. Penelitian dimasa akan mendatang diharapkan membesar ukuran sampel yang akan digunakan, serta mencari metode pengambilan sampel yang tepat sehingga dapat meningkatkan kualitas hasil penelitian yang

diperoleh

2. Bagi peneliti dimasa yang akan datang di harapkan menambah beberapa ataupun paling sedikit satu variabel baru yang juga mempengaruhi loyalitas penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. S., Ikhwan, S., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei). *Aurelia: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 88-95.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aziza, A. N., & Sari, D. K. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satifcation (Studi Pada Pelanggan GO-JEK Di Kota Padang). *Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2).
- Bagasworo, W., & Rimadiaz, S. (2014). Peningkatan Kepuasan Mahasiswa Melalui Kualitas Jasa Pendidikan: Studi Pada Mahasiswa di STIE Indonesia Banking School. *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 7(2), 115-138.
- Budiyanto, G. A., & Surya, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelabuhan Cigading–PT Krakataupun Bandar Samudera). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 3(2), 198-214.
- Cengiz, E. (2010). Measuring Customer Satisfaction: Must Or Not. *Journal of Naval Science and Engineering*, 6(2), 76–88.
- Chinomona, R., & Dubihlela, D. (2014). Does customer satisfaction lead to customer trust, loyalty and repurchase intention of local store brands? The case of Gauteng Province of South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 23.
- Dea Kharisma, A., & Saputro, E. P. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar IM3 Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Dewi, A. A. C. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9.
- Febriana Pratiwi, R. (2013). *Analisis Kinerja Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

- Gerson, R. (2010). Buku Mengukur Kepuasan Pelanggan. *PPM–Bisnis2030, Jakarta.*
- Ghozali, imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBMPLS (Edisi 8)
- Griffin, J. (2005). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. *Jakarta: erlangga.*
- Hasan, A., & SE, M. (2014). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan (Cetakan Kedua). *Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).*
- Hurriyati, R. (2005). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. *Bandung: Alfabeta, 129, 29.*
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan.* Unitomo Press.
- Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk. *Fokus Ekonomi, 10(3), 24464.*
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management (15th global edition).* Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Principles Of Marketing 12 th. *Edition Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta. Penerbit Erlangga.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Lacej, A., & Kalaj, E. H. (2015). The effect of consumer relationship management on satisfaction and loyalty: A focus on Albanian tour operator business. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 6(2 S1), 635.*
- Muhari, S. (2012). *Perilaku Pelanggan Dan Komunikasi Pemasaran.* Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- Nursalam. (2017). Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan. In Salemba Medika
- Oliver, R. L. (2010). Satisfaction: *A Behavioral perspective on the Customer.*
- Roberts-Lombard, M., & Du Plessis, L. (2012). The influence of trust and commitment on customer loyalty: a case study of Liberty Life. *Acta*

Academica, 44(4), 58-80.

Rostami, A. R., Valmohammadi, C., & Yousefpoor, J. (2014). The relationship between customer satisfaction and customer relationship management system; a case study of Ghavamin Bank. *Industrial and Commercial Training*.

Setyaleksana, B. Y., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). *Pengaruh customer relationship management (crm) terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Sekaran, U. (2006). *Research methods for business: A skill building approach*, (4th ed.). New Jersey: John Wiley and Sons.

Sirait, D. P. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: The Effect of Relationship Management and Service Quality on Customer Satisfaction. *DIGEST MARKETING*, 3(1), 79-85.

Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In CV Supar, D. A. W. A., & Suasana, I. G. A. K. G. (2017). Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1-28.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa—Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Penerbit Andi. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi

Prabawani, B. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening PT. Nasmoco Abadi Motor Karanganyar (Studi pada Pelanggan yang Menggunakan Jasa Bengkel PT. Nasmoco Abadi Motor Karanganyar). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 150-162.

Widyawati, N. (2008). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen serta bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 12(1), 74-96.

Zangmo, M., Liampreecha, W., & Chemsripong, S. (2014). The influence of passenger perceived service quality on passenger satisfaction and loyalty: Case of Drukair Royal Bhutan Airlines. *International Journal of Technical Research and Applications*, 2(8), 66-74.

