

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang ingin melakukan transaksi jual beli sawit di CV. Sahabat Bumi.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang ingin melakukan transaksi jual beli sawit di CV. Sahabat Bumi.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang ingin melakukan transaksi jual beli sawit di CV. Sahabat Bumi.
3. Citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang ingin melakukan transaksi jual beli sawit di CV. Sahabat Bumi.
4. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang ingin melakukan transaksi jual beli sawit di CV. Sahabat Bumi.
5. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan yang ingin melakukan transaksi jual beli sawit di CV. Sahabat Bumi.
6. Kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yang ingin melakukan transaksi jual beli sawit di CV. Sahabat Bumi.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi manajemen CV. Sahabat Bumi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan CV. Sahabat Bumi yang melakukan transaksi jual beli sawit masuk dalam kategori rendah. Hal ini menjadi tantangan yang signifikan dalam mempertahankan basis pelanggan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya inovasi layanan, ketidakpuasan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Tingkat loyalitas yang rendah ini berpotensi memengaruhi stabilitas pendapatan perusahaan serta menuntut langkah strategis untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan guna mendorong retensi di masa mendatang.

Upaya peningkatan loyalitas pelanggan sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah seperti : **CV. Sahabat Bumi perlu meningkatkan konsistensi pelayanan, memperkuat komunikasi yang jujur dan transparan, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan.** Selain itu, menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui tindak lanjut setelah transaksi dan memberikan apresiasi (misalnya dalam bentuk diskon atau ucapan terima kasih) dapat membantu memperkuat ikatan emosional pelanggan terhadap perusahaan.

Upaya peningkatan kepuasan pelanggan sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah seperti : CV. Sahabat Bumi perlu memastikan layanan selalu sesuai janji, meningkatkan kualitas pelayanan, dan menjaga rasa aman dalam setiap transaksi. Kepastian dan kenyamanan pelanggan adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan.

Upaya peningkatan citra perusahaan sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah seperti : CV. Sahabat Bumi perlu memperbaiki beberapa hal, seperti meningkatkan kualitas

layanan, memberikan informasi dengan lebih jelas, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Citra perusahaan yang positif penting untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah seperti : CV. Sahabat Bumi perlu memperbaiki beberapa hal, seperti meningkatkan kecepatan respons terhadap keluhan, menjaga kebersihan dan profesionalitas fasilitas, serta memastikan karyawan siap membantu dan memahami kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang cepat, aman, dan ramah akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti bauran kualitas pelayanan dan bauran promosi masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lainnya tersebut kedalam model penelitiannya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 141 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

3. Penelitian ini hanya meneliti satu perusahaan. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menambah objek penelitian lainnya ke dalam model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk perancangan strategi pemasaran*.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Agung Tri Putranto, S.T., M. . (2022). Loyalitas Pelanggan. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 14(2), 26 Halaman.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Andayu, A. G. (2019). Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Orang Tua Murid di Sanggar Seni Ayodya Pala. *Indikator Journal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 25–43.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77.
- Ardoni, A. (2022). Analisis Waiting Time, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Pemediasi. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 308–315. <https://doi.org/10.35134/jbeupiypk.v7i3.178>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Armayanti, A. S. (2019). Terhadap Loyalitas Pelanggan Analysis of Product Quality , Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction Clinic Beauty and Effect on. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 131–138.
- Asri Rossnita Dewi, Chriswardani Suryawati, & Septo Pawelas Arso. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pasien di Indonesia: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(10), 1940–1949. <https://doi.org/10.56338/mppki.v6i10.4075>
- Awan, A., & Rehman, A. (2014). Impact of Customer Satisfaction on Brand loyalty - an Empirical Analysis of Home Appliances in Pakistan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2(8), 18–32. <http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Impact-Of-Customer-Satisfaction-On-Brand-Loyalty-An-Empirical-Analysis-Of-Home-Appliances-In-Pakistan..pdf>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. (2024). *Badan Pusat Statistik Provinsi Xxx Bps-Statistics Xxx Province Provinsi Xxx Dalam Angka: Vol. xx*.
- Daffa Wibisono, A., Cahyadi, L., & Penulis, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada

- E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(2), 12–28.
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215.
- Evandinnartha, A. N., Hidayat, M. S., & Rosyidah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien BPJS terhadap Loyalitas Pasien : Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 2(1), 56–61.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Dr . M . Anang Firmansyah , SE ., MM . i. June.*
- Hair Jr, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). A global p-erspect-ivie. *Kennesaw: Kennesaw State University.*
- Hasibuan, R. R., Hasanah, Y. N., Dewi, R., & Purwatiningsih. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien di rumah sakit umum daerah. *JMBK (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan)*, 4(1), 1–9.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). No Title. In *Marketing Management, 15th Edition New Jersey* (15th Editi). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles Of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (Seventent). <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Management & Marketing* (Vol. 14E).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston, MA.
- Kurniawan, R., & Putri, I. D. R. (2022). Sistem Jual Beli Kelapa Sawit oleh Peron CV Ibrahim Putra di Pangkalan Dewa Persfektif Ekonomi Syariah. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 284–299.
- Kusuma, M. V. F., Lero Ora, A., Michael, A., & Ramadhan, F. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Serta Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Warmindo Pada Mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(3), 558–569. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i3.439>
- Lestariningsih, T. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Di Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 14(3), 298–323.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.520>
- Nalurita, W., & Mulyanto, D. (2021). Kualitas Pelayanan Dan Citra Perguruan Tinggi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. *Smooting*, 19(4), 232–245.

- Nasikhak, N. N., & Firmansyah, F. (2021). The effect of product diversity and service quality on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (Study of Toko Pertanian Subur, Pace Nganjuk District). *Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 77–86.
- Nguyen, Q., Nisar, T. M., Knox, D., & Prabhakar, G. P. (2018). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry: The influence of the tangible attributes of perceived service quality. *British Food Journal*, 120(6), 1207–1222.
- Parasuraman, A. (1997). Reflections on gaining competitive advantage through customer value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 154–61.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). *Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale*, *Journal of Retailing*. 67(May 1991), 1–32.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Pramono, Triwiyadi, Y., & Suddin, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap loyalitas Nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. *Manajemen Sumber Daya Manusi*, 13, 143–152.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1091–1107.
- Purboyo, Hastutik, S., & eka kusuma, gusti putu. (2021). *Perilaku konsumen (tinjauan konseptual & praktis)* (Issue October). <https://doi.org/10.31219/osf.io/rwy65>
- Purwanto, & Ferdinal, A. (2024). *Pengaruh Tingkat Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Petani*. 4, 3398–3411.
- Putra, S. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Kepuasan Nasabah Tabungan Prioritas Bank Negara Indonesia PENDAHULUAN Seiring perkembangan zaman keberadaan perusahaan jasa perbankan sangat dibutuhkan , terlebih untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi*. 117–131.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Rahmasari, A., Wijayanto, G., Kornita, E., & Riau, U. (2022). The Influence Of Service Quality And Brand Image On Patient Decisions In Choosing Delivery At Zainab Mother And Child Hospital Pekanbaru With Trust As A Mediation Variable Pengaruh Service Quality Dan Brand Image. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 3165–3183. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rajput, A., & Gahfoor, R. Z. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants. *Future Business Journal*, 6, 1–12.
- Rosalia De, V., Renwarin, V., Haryono, B., & Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana, P. (2023). the influence of quality of services and facilities mediated by patient satisfaction on the loyalty of medical

- rehabilitation outpatient patients at sawah besar hospital central jakarta. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Rusdarti. (2004). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bpd Jawa Tengah Cabang Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 13, 54–65.
- Sari, M. R., Ardiwirastuti, I., & Harviandani, B. S. (2020). Hubungan Kepuasan Pasien dengan Loyalitas Pasien di RSGM IIK Bhakti Wiyata Kediri. *Jurnal Wiyata: Penelitian Sains Dan Kesehatan*, 7(1), 56–61.
<http://www.ojs.iik.ac.id/index.php/wiyata/article/view/360%0Ahttps://www.wiyata.iik.ac.id/index.php/wiyata/article/view/360>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). Consumer Behavior. Eleventh Edition. Boston: Pearson. In *Pearson Australia*.
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23.
- Subawa, I. gede B., & Sulistyawati, E. (2020). *Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang loyal menggunakan jasa Lila*.
- Sugianto, L. O., & Hartono, S. (2018). Model Peningkatan Citra Institusi Terhadap Loyalitas Mahasiswa Melalui kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 32–43.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana, P., & Darmawanti, A. M. (2019). Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Sekolah Bola Voli Bandung Tectona). *Economac: Jurnal Ilmiah Ilmu ...*, 3(2).
- Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 216–237.
- Tamonsang, M., Si, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Wijaya, U., Surabaya, K., Dwi, M., & Fakultas Ekonomi, A. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Poliklinik Jantung RSUD Bakti Dharma Husada Surabaya)*.
- Tantono, T. L., & Sudyasjayanti, C. (2021). The Effect of Service Quality and Zocco Coffee Atmosphere Quality on Customer Satisfaction. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(6), 515–525.
- Tijjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, 1(1), 46–58.
- Vigaretha, G., & Handayani, O. W. K. (2018). Peran Kepuasan Pasien sebagai Variabel

Mediasi Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 2(4), 543–552.
<https://doi.org/10.15294/higeia.v2i4.23893>

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). Services Marketing. In *Services Marketing* (Issue July).
<https://doi.org/10.1142/y0001>

Yuliana, Sefnedi, & Yuliviona, R. (2024). Enhancing Loyalty in Tourism: Price, Service Quality, and the Mediating Role of Satisfaction At Lawang Park, West Sumatera, Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 12(4), 32–46. <https://ijecm.co.uk/>

Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>

Zeithaml, V. A., Walker, O. C., Lutz, R., Park, C. W., & Schmalensee, D. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Model Value: A Means-End Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 52.

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206.
<https://doi.org/10.1086/651257>

Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *MDPI :Foods*, 9, 9(460), 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/foods9040460>