

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Inovasi Layanan *Home visit* Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop* Cilacap, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi layanan *home visit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Praktek Dokter Hewan Lala *Pet shop* Cilacap. Dengan demikian, hipotesis satu (H_1) yang menyatakan bahwa “Inovasi Layanan *Home visit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan” dinyatakan diterima Hal ini menunjukkan bahwa inovasi layanan *home visit* merupakan inovasi yang sesuai untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan pada Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop* Cilacap.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop* Cilacap. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan” dinyatakan diterima. Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan semakin meningkat pula loyalitas mereka terhadap Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop* Cilacap. Bahkan, variabel kepuasan pelanggan

terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong timbulnya komitmen jangka panjang pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap mutu pelayanan, hasil penanganan kesehatan hewan, serta kenyamanan yang diterima akan cenderung secara konsisten kembali menggunakan jasa layanan ini dan merekomendasikannya kepada orang lain.

3. Inovasi layanan *home visit* dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop* Cilacap. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H₃) yang menyatakan bahwa “Inovasi Layanan *Home visit* Dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan” secara simultan dinyatakan diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop* Cilacap

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa inovasi layanan *home visit* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sangat disarankan kepada pihak manajemen Lala *Pet Shop* Cilacap untuk terus meningkatkan kualitas layanan *home visit*. Upaya yang dapat dilakukan antara lain memperbaiki sistem penjadwalan kunjungan agar lebih terstruktur dan tepat waktu, meningkatkan *responsivitas* komunikasi melalui media digital seperti WhatsApp atau

aplikasi berbasis layanan, serta memperluas jangkauan wilayah layanan *home visit* secara bertahap sesuai dengan kapasitas sumber daya yang tersedia. Evaluasi rutin terhadap Standar Prosedur Operasional (SOP) layanan *home visit* sangat disarankan untuk menjaga konsistensi dan kualitas layanan.

Meskipun kepuasan pelanggan tidak terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas, hal ini tidak berarti kepuasan pelanggan dapat diabaikan. Manajemen tetap disarankan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemberian layanan yang berkualitas, penetapan harga yang kompetitif, serta peningkatan kemudahan akses pemesanan layanan. Peningkatan kepuasan pelanggan secara konsisten dalam jangka panjang diyakini dapat memperkuat loyalitas pelanggan secara keseluruhan.

Mempertimbangkan masih terdapat 42,6% pada penelitian ini, faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diluar variabel yang diteliti, manajemen *Lala Pet Shop* disarankan untuk mengkaji dan memperhatikan faktor-faktor lain seperti kepercayaan pelanggan (*trust*), citra merek usaha (*brand image*), kualitas produk yang dijual di *Pet Shop*, serta program loyalitas pelanggan seperti pemberian reward atau diskon bagi pelanggan setia. Strategi-strategi tersebut diharapkan mampu memperkuat loyalitas pelanggan secara lebih komprehensif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya sangat disarankan untuk mengembangkan variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini. Apabila penelitian selanjutnya mengarah ke loyalitas pelanggan, sangat disarankan untuk mengembangkan variabel citra merk (*brand image*), harga (*price*), kepercayaan pelanggan (*trust*), dan masih banyak lagi yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini didasari dan diperkuat oleh temuan pada penelitian ini yang menunjukkan presentase sebesar 42,6% untuk faktor lain yang dapat mempengaruhi sebuah loyalitas.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk sangat mempertimbangkan objek penelitian yang melibatkan industri jasa. Peluasan objek ini akan memberikan hasil yang lebih representatif, sehingga temuan penelitian itu nantinya akan menghasilkan sebuah temuan yang jauh lebih luas dan signifikan bagi pengembangan ilmu pemasaran jasa. Peneliti selanjutnya juga harus mempertimbangkan variabel mediasi yang menguji hubungan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan adanya temuan penelitian ini bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Lala *Pet Shop* Cilacap.

Metode pengumpulan data yang disarankan untuk penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan kuesioner, tetapi menggunakan metode wawancara mendalam kepada pelanggan dan pemilik usaha khususnya dibidang jasa. Metode pendekatan gabungan antara kuantitatif dan kualitatif dinamakan *mix-methods*. Metode tersebut

memberikan pemahaman dan hasil yang lebih komprehensif dan aktual mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada usaha jasa.