

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

7.1. Simpulan

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan hipotesis penelitian serta temuan dan pembahasan yang diuraikan di atas maka dapat dibuat simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan dengan mempergunakan SEM diperoleh hasil :
 - a. **Hipotesis ke 1** yang menyatakan : Diduga ketanggapan, jaminan, empati, kehandalan, dan bukti fisik karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah diterima.
 - b. **Hipotesis ke 2** yang menyatakan: diduga ketanggapan, jaminan, empati, kehandalan, dan bukti fisik karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan adalah diterima.
 - c. **Hipotesis ke 3** yang menyatakan: diduga kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara signifikan adalah diterima.
 - d. **Hipotesis ke 4** yang menyatakan: diduga kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas adalah diterima.

- e. **Hipotesis ke 5** yang menyatakan: diduga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas adalah diterima.
2. Dalam upaya mendapatkan pelanggan yang loyal khususnya dalam bidang jasa, maka perusahaan harus menjalankan fungsi-fungsi dalam manajemen sumber daya manusia sejalan dengan tujuan pemasarannya. Aktivitas-aktivitas semacam rekrutmen, seleksi, pelatihan dan penilaian harus difokuskan untuk mendapatkan karyawan dengan sikap, keterampilan dan perilaku yang mendukung tujuan perusahaan. Pelanggan yang puas akan loyal dan perusahaan mendapatkan laba dari hubungan yang terbina dalam jangka panjang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pemasaran untuk kepentingan pelanggan semakin terbukti dapat dijadikan sebagai dasar pembentukan kompetensi inti untuk menghadapi persaingan di sector industri jasa yang sangat ketat.

7.2. Saran-saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat di atas maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan melihat sejauh mana dampak loyalitas yang timbul pada masyarakat pengguna jasa Hotel Grand Trawas terhadap peningkatan usaha-usaha jasa hotel seperti perolehan laba dan pendapatan, peningkatan jumlah pengunjung dan lain sebagainya. Dengan

demikian maka dampak penelitian ini akan membawa perkembangan bisnis bagi jasa perhotelan.

2. Disarankan kepada pihak pengelola agar supaya menekankan dan memperhatikan tentang masalah loyalitas ini dengan bidang kajian yang lebih mendalam dan rinci lagi khususnya yang terkait dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
3. Hotel Grand Trawas tanggap terhadap keluhan pelanggan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan cepat. Hal ini memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan. Misalnya tersedianya tempat air (cawan) bagi pelanggan yang mandi tanpa menggunakan shower dan juga bagi yang ingin buang air besar.
4. Melakukan kajian secara mendalam dengan mempergunakan variabel-variabel penelitian lainnya di luar faktor-faktor kualitas layanan yang dapat membantu meningkatkan penjelasan tentang loyalitas konsumen.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, David A, 1996, "Brand Extensions: The Good, the Bad, and The Ugly." Sloan Management Review, Summer.
- Alma, Buchori, 2000, *Pemasaran Jasa*, Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Arbukle, J. L., 1997. *AMOS Users Guide Version 3.6*, Chicago: Smallwaters Corporation.
- Armistead, C.G., dan G. Clark. 1996. *Customer Service and Support (Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan)*. PT Elex Media Komputindo-Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Assael, H. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Wadsworth, Inc.
- Bentler, P.M, 1983. Some New Covariance Structure Model. In K.A. bollen & JS Long (Eds), *Testing Structural Equation Model*. California, London, New Delhi: Sage Publications.
- Bernardin, John H., 2003. *Human Resources Management : An Experiential Approach*, 3rd edition, McGraw-Hill, United States.
- Berry, Leonard, 1999. *Discovering the Soul of Service*, New York: The Free Press.
- Bitner, Mary Jo, 1990. "Evaluating Services Encounter : The Effect of Physical Surrounding and Employee Responses", *Journal of Marketing*, vol. 54 (2) p. 69 – 81.
- Bitner, Mary Jo, Bennard H. Booms dan Lois A. Mohr, 1994. "Critical Service Encounters : The Emplyoee' View " *Journal of Marketing* 58 (Oktober) p. 95 – 106.
- Boone, L. and Kurtz, Walker, 1995, "Relationship Marketing", *Emerging Perspectives on Service Marketing*, Chicago: American Marketing Association.
- Bowen, E. David, 1986. "Managing Customer as Human Resources in The Services Organizations", *Human Resources Management*, Vol. 25, p. 371.

- Burr, Renu dan Antonia Girardi, 2002. "Intellectual Capital : More Than Interaction Comptence x Commitment, *Australian Journal of Management*, vol. 27, p. 79 – 87.
- Chiou, Jyh Shen, Cornelia Droge dan Sangphet Hanvanich, 2002. "Does Customer Knowledge Affect How Loyalty Form ?", *Journal of Service Research*, vol. 5 (2), p. 113- 124.
- Chow, Simeon dan Holden, Reed, 1997, "Toward An Understanding Of Loyalty : The Moderating Role Of Trust", *Journal of Managerial Issues*, Vol. IX no. 3, p. 275-298.
- Costabile, Michele, 2003. A Dynamic Model of Customer Loyalty, *paper*.
- Czepiel, John A., 1990. "Services Encounter and Services Relationships", *Journal of Business Research*, vol. 20 (1) p. 13 – 21.
- Darmawan, Didit, Tjati, Pandja, 2004, Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 7, No. 1, Maret 2004: 48 – 59*.
- Dutka, Alan, 1994. *AMA Hand Book for Customer Satisfaction*. NTC Business Book, Lincolnwood, Illinois.
- Emory, Cooper, D.R. 1995. *Metode Penelitian Bisnis Jilid Satu*. (5th ed). (Alih Bahasa) Ellen Gunawan & Imam Nurmawan. Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna, Djati, S. Pantja, 2004, Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Sumber Daya Manusia, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 1, Maret 2004: 15 – 26*.
- Garbarino, Ellen & Johnson, Mark S, 1997, The different roles Satisfaction, Trust, and Comiitment in Customer Relationship. *Journal of Marketing Vol 63 (April)*.
- Griffin, Ricky W., 1995 *Business Essentials*, Prentice Hall, Inc Englewood Cliffs, New Jersey.
- Grönroos, Christian, 1982. "Strategic Management and Marketing in The Services Sector", Helsingfor : *Swedish School of Economic and Business Administrations*.

- Guenzi, Paolo dan Ottavia Pelloni, 2003. "Interpersonal Relationship and Customer Loyalty : A Comprehensive Model and Empirical Investigation", paper, Instituto di Economia e Gestione delle Imprese, Universita Commerciale Luigi Bocconi, Millano, Italy.
- Gurviez, Patricia dan Korchia, Michael, 2003, Proposal for a Multidimensional Brand Trust Scale, *32nd Emac-Conference-Glasgow, Marketing : Responsible and Relevant ?*
- Gwinner, Kevin P. Dwayne D. Gremler dan Mary Jo. Bitner, 1998, "Relational Benefit in Service Industries: The Customer's Perspective, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Spring.
- Hadi, Sutrisno, 1996, *Metodologi Research*. (16th ed) Yogyakarta: Andi Offset.
- Hair, J.A., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tathtam, William C. Black, 1995, *Multivariate Data Analysis With Readings*, Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, Inc.
- Handoko, T. Hani, 2002, *Manajemen*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat Belas, Yogyakarta: BPFE.
- Hartline, Michael D. dan O.C. Ferrel, 1996. " The Management of Customer Contact Services Employees : An Empirical Investigation ", *Journal of Marketing*, Vol. 69 (Oktober), p. 52 – 70.
- Hawkins, D.I., R.J. Best and Lonney. 1997. *Consumer Behavior, 9th ed*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Hennig-Thurau, Thorsten dan Ursulla Hansen, 2002. *Relationship Marketing : Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction and Customer Retention*, Springer Verlag, Berlin.
- Herrington, Guy dan Wendy Lomax, 1999. "Do Satisfied Employee Make Customer Satisfied ?: An Investigation Relationship Between Services Employee Job Satisfaction and Customer Perceveid Service Quality" Paper, *Kingstone Business School Occasional Paper Series 34*.
- Jasfar, Farida, 2002, "Kualitas Hubungan Dalam Jasa Penjualan: Pengaruh Hubungan Interpersonal Tenaga Penjualan Pada Perusahaan Asuransi Jiwa", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 2. No. 3, September.
- Jones, M.A. dan Sasser, 1994, "Entertaining Shopping Experiences: An Exploratory Investigation", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 6 No. 3, pp. 129-139.

- Juliet, Corbin, Robert Getty, 2003, *Basic of Qualitative Research, Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, California: Sage Publication.
- Kerlinger, F.N. 1998. *Foundation of Behavioral Research, Asas-Asas penelitian Behavioral*. (3rd ed) (Penterjemah) Landung R. Simatupang. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary, 1996, *Dasar-dasar Pemasaran I*, Edisi Indonesia, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian* (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan), Jakarta: Salemba Empat.
- Leonard, Berry, 1995. *Soul of Service Quality*, New York: The Free Press.
- Liljander, Veronica dan Inger Roos, 2002. "Customer-relationship-Level From Spurious to True Relationships", *Journal of Services Marketing*, vol. 16 (7), p.593 – 614.
- Lovelock, C H., 1996, *Managing services. Marketing, operations and human resources*. 3rd ed. London, Prentice Hall.
- Matilla, Anna S., 2001. "The Impact of Customer Relationship Type on Customer Loyalty in The Context of Service Failure", *Journal of Service Research*, vol. 4 (2), p. 91-101.
- Moorman, Christine, Rohit Despende and Gerald Zaltman, 1993. Factor Affecting Trust in Marker Relationship. *Journal of Marketing*, 57 (January).
- Morgan, Robert M, & Shelby D Hunt, 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, July.
- Muller, K.E, 1996, *Applied regression analysis and other multivariable methods*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Oliver, Richard L., 1999. "Whence Loyalty", *Journal of Marketing*, (Special Issues 1999), vol 63, p.33-44.
- Palmer, Adrian, 1998. *Principles of Services Marketing*, 2nd edition, McGraw Hill, Malta. Pantja Djati, Sundring, 2000. "Dampak Pergeseran Nilai-Nilai Organisasi Terhadap Kebijakan Sumber Daya Manusia dan Implikasinya", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol 2 (1), p 9-18.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., 1988 "SERVQUAL: a multiple-item scale of measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring, pp. 12-41.
- Payne, Adrian, 1993. *The Essence of Services Marketing*, Prentice Hall, Singapore.
- Pedersen, Per E. dan Herbjorn Nysveen, 2001. "Shopboot Banking : An Exploratory Study of Customer Loyal Effect", *International Journal of Bank Marketing*, vol. 19 (4), p.146-155.
- Scott, Pill, 1998. "*The Critical Role of The Service Personnel for Delivering Service Quality*", paper, University of Wologong.
- Sekaran, U. 1992. *Research Methods for business: A skill-Building Approach*. (2nd ed). Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Shostack, G. Lyn, 1977. "Breaking Free From Product Marketing ", *Journal of Marketing*, Vol. 41 (April), p. 73 – 80.
- Soehartono, Irawan, 2002, *Metode Penelitian Sosial*, Cetakan Kelima, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soetjipto, Budi W. dkk., 2002. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia* , Amara Books, cetakan ke 2, Jogjakarta.
- Stanton, William J., 1994, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- Storbacka, Kaj, Tore Strandvick dan Christian Gronroos, 1994. "Managing Customer Relationship For Profit: The Dynamics of Relationship Quality", *International Journal of Services Industri and Management*, Vol. 5 (5), p. 21-38.
- Sugeng, dkk., 2002. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*, Amara Books, cetakan ke 2, Jogjakarta.
- Suprenant, Carol. F dan Michael R. Salomon, 1987 . "Predictability and Personalization in The Service Encounter", *Journal of Marketing*, Vol. 51 (April) p. 86 – 96.
- Sureshchandar, G.S., Chandrashekar Rajendran dan R.N. Anantaraman, 2002, "Determinant of Customer perceived Services Quality : A Confirmatory Factor Analysis Approach" *Journal of Services Marketing*, Vol. 16 (1), p. 9 – 34.

Tanaka J.S, dan Huba, 1989, *Multifaceted Conceptions of fit in Structural Equation Model*, Testing Structural Equation Models, California, London, New Delhi: Sage Publications Ltd.

Tjiptono, F. 2001. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Webster, Cynthia, 1991. "Influences Upon Consumer Expectations of Services" *Journal of Services Marketing*, Vol 5 (1) p. 5 – 17.

Zainuddin. Moch, 1998, *Metodologi Penelitian*,(Edisi kedua), Jakarta: LP3ES.

Zeithmal, Valerie, A. Bitner, Mary Jo., 1990, *Service Marketing*," Irwin Mc. Graw-Hill, Boston.

