

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dalam Sony Playstation Indonesia. Jadi kualitas produk mempengaruhi kepuasan dari seorang pelanggan secara langsung bila produk baik, maka customer akan puas begitu pula sebaliknya bila produk berkualitas kurang baik, maka pelanggan akan merasa kurang puas. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 *product quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* diterima.
2. Hubungan antara *product quality* terhadap *customer loyalty* secara langsung tidak signifikan. *Product quality* tidak mempengaruhi *customer loyalty* secara langsung pada Sony Playstation Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang baik tidak mempengaruhi loyalitas dari pelanggan secara langsung oleh karena itu hipotesis 2 dalam penelitian ini ditolak.
3. Hubungan *service quality* terhadap *customer satisfaction* berpengaruh signifikan secara langsung pada Sony Playstation Indonesia. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi langsung kepuasan pelanggan bila kualitas pelayanan baik maka pelanggan akan senang bila kualitas pelayanan kurang baik maka pelanggan merasa kurang puas. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yaitu hubungan *service quality* terhadap *customer satisfaction* adalah positif maka hipotesis 3 diterima.
4. Hubungan antara *service quality* dan *customer loyalty* adalah tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak bisa secara langsung mempengaruhi pelanggan agar bisa loyal terhadap Sony Playstation Indonesia. Dari penelitian ini terbukti bahwa pada perusahaan Sony Playstation kualitas pelayanan memerlukan variabel-variabel lain

yang mungkin tidak diteliti untuk bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 ditolak.

5. Pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh penting terhadap loyalitas dari pelanggan sony playstation Indonesia. Penelitian ini membuktikan bahwa bila pelanggan merasa puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan loyal terhadap perusahaan tersebut begitu pula bila pelanggan tidak puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan mencari alternatif ke perusahaan lain yang artinya tidak akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 yaitu *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* diterima.
6. Pengaruh *product quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* berpengaruh signifikan. Dalam penelitian ini terbukti bahwa untuk kualitas produk agar dapat mempengaruhi loyalitas dari pelanggan sony playstation indonesia maka harus menggunakan mediasi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan bisa dijadikan sebagai mediasi yang cocok untuk kualitas produk agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 diterima.
7. Hubungan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* berpengaruh signifikan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan kualitas pelayanan dapat membuat kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada sony playstation Indonesia. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah mediasi yang penting dalam kualitas pelayanan agar bisa menentukan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu hipotesis 7 dapat diterima.

5.2 Keterbatasan penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jawaban responden yang masih kurang dan tanpa alasan, hal ini dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan tenaga.
2. Adanya hipotesis dalam penelitian yang tidak terbukti yaitu hipotesis 3 dan hipotesis 4 yang menyatakan bahwa pengaruh *product quality* dan *service quality* tidak signifikan terhadap *customer loyalty*.
3. Terlalu luasnya objek penelitian yang mencakup semua pengguna playstation 4 di Indonesia.
4. Penelitian ini hanya menggunakan variabel *product quality* dan *service quality* untuk mempengaruhi *customer loyalty*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini ada dua macam saran yang bisa diberikan yaitu saran akademik dan saran praktis

5.3.1 Saran akademik

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan objek yang lebih spesifik dan jangkauan lebih terjangkau, penelitian selanjutnya juga disarankan untuk meneliti variabel lain yang mungkin terkait dengan loyalitas pelanggan seperti *brand image*, dan *brand loyalty*. Dengan demikian diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

5.3.2 Saran praktis

Ada beberapa saran dari penelitian ini untuk praktisi yang bersangkutan dalam objek penelitian ini.

1. Perusahaan sony playstation disarankan untuk memperbaiki kualitas dari produk agar dapat membuat pelanggan lebih puas dengan produk perusahaan.

2. Perusahaan sony playstation disarankan untuk meningkatkan performa mesin agar dapat bersaing di pasar konsol game.
3. sony playstation juga disarankan untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan agar memberikan respon yang memuaskan bagi pengguna.
4. sony playstation disarankan untuk memberikan pelayanan yang lebih cepat dan akurat agar bisa membuat pelanggan lebih puas.
5. sony playstation disarankan untuk melengkapi sarana prasarana bagi pelanggan agar mereka bisa mencoba produk sebelum membeli di butik sony playstation.
6. sony playstation disarankan untuk mengutamakan kepuasan pelanggan agar dapat memiliki pelanggan yang loyal

DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, D.S., dan Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I., dan Fuad. (2005). *Structural Equation Modeling – Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lissel.8*, 54. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, D., dan Japarianto, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Porkec Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-8
- Jiang, H., dan Zhang, Y. (2016). An Investigation of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in China's Airline Market. *Journal of Air Transport Management*, 57, 80-88.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2002). *Marketing an Introduction* (edisi ke-6). New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- _____. (2012). *Principles of Marketing* (edisi ke-14). New Jersey: Pearson Education Limited.
- _____, dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (edisi ke-13). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lamidi, dan Rahadhini, M.D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 139-150.
- Lovelock, C. (2001). *Services Marketing People, Technology, Strategy* (edisi ke-4). United State of America.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial* (edisi ke-1). Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, Kombinasi dan R&D* (edisi ke-3). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Utami, N.D., dan Oetomo, H.W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(5), 1-17.

Yamin, S., dan Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.

Yamit, S. (2005). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Zena, A.P., Dewanto, dan Hadisumarto, A. (). The Study of Relationship Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Asean Marketing Journal*, 4(1), 37-46.

<https://www.statista.com/statistics/685117/us-game-consoles-unit-sales/>, 21 Agustus 2018, Pukul 13.30 WIB.