

BAB 6

PENUTUP

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Hasil analisis dengan menggunakan model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) dan dengan program AMOS dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen atas kualitas layanan PT. Pakerin mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada produk kertas PT. Pakerin. Ini berarti hipotesis pertama tidak dapat ditolak atau diterima.
2. Hipotesis kedua ternyata tidak terbukti kebenarannya karena *customer satisfaction* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* pada produk kertas PT. Pakerin. Hal ini disebabkan, menurut pengalaman harga produknya tidak kompetitif sekalipun kualitas layanan PT. Pakerin dibanding perusahaan lain lebih baik, sehingga konsumen condong untuk membeli dari perusahaan lain.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian ini dapat disampaikan saran sebagai berikut :

1. Sikap manajemen perusahaan terutama bagian marketing sudah harus lebih memperhatikan kualitas layanan PT. Pakerin kepada konsumen, terbukti model dalam penelitian ini yang menggambarkan *Customer Satisfaction* produk kertas PT. Pakerin dengan mempertimbangkan kualitas layanan PT. Pakerin diterima kebenarannya.
2. Sikap manajemen perusahaan terutama bagian produksi dan *Quality Control* supaya tetap mempertahankan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik juga harga yang ekonomis, dengan cara memperluas pabrik dengan menambah proses *deinking* yang dapat mengurangi pemakaian pulp yang berarti mengurangi *cost* sehingga harga dapat bersaing. *Customer Satisfaction* PT. Pakerin akibat kualitas layanan yang baik dari PT. Pakerin dibanding perusahaan lain, ditambah harga yang bersaing akan membuat konsumen PT. Pakerin menjadi loyal.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Arbuckle, J. L. (1997). *AMOS Users Guide Version 3.6*. Chicago: Smallwaters Corporation.
- Armstrong, M. and Murlis, H. (2000). *The Art of HRD. Reward Management*, volume 9. New Delhi: Crest Publishing House.
- Bauer, H. H., Hammerschmidt, M., and Braehler, M. (2003). The customer lifetime value concept and its contribution to corporate valuation. *Yearbook of Marketing and Consumer research*, 1, 47-67.
- Bentler, P. M. (1983). Some New Covariance Structure Model, In K. A. bollen & J. S. Long (Eds). *Testing Structural Equation Model*. California, London, New Delhi: Sage Publications.
- Boone. L., and Kurtz W. (1995). *Relationship Marketing, Emerging Perspectives on Service Marketing*. Chicago: American Marketing Association.
- Boyd, Walker, and Larreche (1997). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global* (jilid 1). (Edisi Kedua). Jakarta: Erlangga.
- Costabile, M. (2003). *A Dynamic Model of Customer Loyalty*. Paper.
- Engel, James F., Roger D. B., & Paul W. M. (1995). *Consumer Behavior*. (International Edition). Forth Worth: Dreyden Press.
- Ferdinand, A. T. (2000). *Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage*. Unpublished DBA Tesis. Southern Cross, Lismore, Australia.
- Ferrinadewi, Erna, dan Djati, S. P. (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen dalam Perspective Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6, No.1, Maret 2004, 15-26.
- Gaspersz, V. (2006). *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: how to earn it, how to keep it*. Jakarta: Erlangga.

- Hadi, S. (1996). *Statistik* (jilid 1, 2, 3). Yogyakarta: Andi Offset.
- Hair, J. A., Rolph E. A., Ronald L. T., and William C. B. (1995). *Multivariate Data Analysis With Readings*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, Inc.
- Hendrajana. (2005). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rawat Jalan di RSUD Dr. Moewardi Surakarta*. Tesis. Surakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah.
- Henggar. (2009). Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Pulp dan Kertas dalam Era Globalisasi. Makalah dalam *Seminar Ekolabeling*, Departemen Perindustrian, Surabaya.
- Kerlinger, F. N. (1992). *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Simatupang: Leadership Studies Inc.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (Analysis, Plan, Implementation and Control)* (A.B. Susanto, penerjemah). Jakarta: Penerbit Salemba Empat. (Buku asli diterbitkan tahun 1999).
- Kotler, P. and Armstrong G. (2001). *Principles of Marketing*. (Ninth Edition), (International Edition), New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. (Eleventh Edition), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2007). *Marketing Management*. (Edisi 12), (International Edition), New Jersey: Pearsen.
- Likert, R. (1967). *The Human Organization*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Magdalena, S. L. (2005). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan sebagai Mediator terhadap Loyalitas Konsumen Hotel Grand Trawas Mojokerto*. Tesis. Surabaya: Program Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala.
- Mazon, B. and Ezel, H. (1992). *Marketing*. (Fifth Edition), New York: Mac Millan Publishing Company.
- McDougall, G. H. and Levesque T. (2000). Customer Satisfaction With Services: Putting Perceived Value Into The Equation. *Journal of Services Marketing*, 14, No. 5, 392 – 410.

- Muller, K. E. (1996) *Applied regression analysis and other multivariable methods*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Galia Indonesia.
- Oetomo, H. (2007). *Perilaku Ideal Kewargaan Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan Beserta Faktor Pengaruhnya*. Disertasi. Program Doktor Universitas Gajah Mada.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Loyalty. *Journal of Marketing, (Special Issues 1999)*, 63, 33-44.
- Parasuraman, Berry, L, & Zeithaml, V. (1985). A conceptual model of service quality. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 26-43.
- (1990). *Delivering Quality Service*. The Free Press. New York: A Division of Macmillan Inc.
- (1993). More on improving service quality management. *Journal of Retailing*, 67, 420-450.
- Reylia, I. L. (2008). *Analisa Faktor-Faktor Kualitas Layanan Yang Mempengaruhi kepuasan Keluarga Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya*. Tesis. Surabaya: Program Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala.
- Riduwan dan Kuncoro, E. A. (2008). *Cara menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. (Edisi 2), Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. (Edisi 9), New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schmitt, B. H. and Kinnigan. (1997). *Marketing Aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*, New York: The Free Press.
- Selber, K. and Streeter, C. (2000). A customer-oriented model for managing quality in human services. *Administration in Social Work*, 24 (2), 1-14.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sunarto, H. dan Iswara, L. M. (2009). An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Store Loyalty Within Department Stores in Jakarta. *Jurnal Telaah Manajemen*, 4, No. 1, Mei 2009, 40-51.
- Sunyoto, D. (2008). *Statistik Ekonomi Dasar*. (Edisi 1), Yogyakarta: Amara Books.
- Swan, J. E. and Bowers, M. R. (1998). Services quality and satisfaction: The process of people doing things together. *Journal of Services Marketing*, 12 (1), 59-72.
- 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. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- , (2001). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- , (2003). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan Candra, G. (2005). *Service, Quality, and Satisfaction*. (Edisi 1), Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. (2007). *Total Quality Managemen*. (Edisi 5), Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing Esensi and Aplikasi*. (Edisi 1), Yogyakarta: Marknesis.
- Tony, W. (2009). *Analisis Struktural Equation Modelling menggunakan AMOS*. (Edisi 1), Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Tulipa, D. dan Utami, C. W. (5-6 Desember 2009). Model Niat Adopsi Teknologi Internet terhadap Keputusan Pembelian di Kalangan Pengguna Internet di Surabaya. Makalah dibacakan dalam *Pelatihan Structural Equation Modeling*, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
- Webster, C. (1991). Influences Upon Consumer Expectations of Services. *Journal of Services Marketing*, 5 (1), 5 -17.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perception of Price, Quality, and Value: a Means-end Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, July, 2-22.

Zeithaml, V. A., Leonard L., Berry, dan Parasuraman. (1996). The Behavior Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.