

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modelling* mengenai pengaruh kualitas pelayanan, inovasi, citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa kesepuluh hipotesis yang diajukan semuanya diterima dan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Erha Clinic Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
2. Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Erha Clinic Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya inovasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
3. Citra Perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Erha Clinic Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya citra perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
4. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Erha Clinic Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Erha Clinic Surabaya.

5. Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Erha Clinic Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya inovasi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
6. Citra Perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Erha Clinic Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya citra perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
7. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Erha Clinic Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
8. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Erha Clinic Surabaya dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
9. Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Erha Clinic Surabaya dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya inovasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Erha Clinic Surabaya.
10. Citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Erha Clinic Surabaya dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator. Dapat disimpulkan

bahwa meningkatnya citra perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Erha Clinic Surabaya.

5.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar membahas tentang Kualitas Pelayanan, Inovasi, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, agar dapat mempertimbangkan pengaruh-pengaruh lain yang berbeda dengan apa yang telah dipaparkan di dalam penelitian ini dengan memperhatikan setiap indikator yang digunakan.

2. Saran Praktis

- a. Karyawan yang bekerja di Erha Clinic harus mampu untuk menguasai dan melakukan pekerjaannya dengan sebaik mungkin, ketepatan waktu dan ketepatan pelayanan juga merupakan hal yang harus diperhatikan.
- b. Sebaiknya Erha Clinic memiliki sistem pelayanan pelanggan yang beragam, atau Erha Clinic juga dapat menambahkan sistem pelayanan yang telah ada agar pelanggan dapat memilih sesuai dengan dengan diri mereka.
- c. Erha Clinic harus dapat meingkatkan citra pelayanan untuk pelanggan, misalnya dengan meningkatkan pelayanan yang telah ada sebelumnya menjadi lebih

- akurat dan meyakinkan pelanggan bahwa mereka tidak salah membeli pelayanan di Erha Clinic.
- d. Erha Clinic harus menyesuaikan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan apa yang telah dijanjikan dan ditawarkan pada awalnya.
 - e. Erha Clinic harus mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya melalui perbaikan kualitas pelayanan yang dimiliki, inovasi system/jasa yang ditawarkan untuk pelanggan, dan memberikan kesan yang baik disetiap pelayanan yang diberikan untuk pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., 2003., Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Andreassen ,T. W. dan B. Lindestad. 1997. *Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise. International Journal of Service Industry Management.* 9(1): 7-23.
- Ardianto, E., dan Sumirat, S., 2004., Dasar-dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arief, M., 2006. Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Malang: Bayu. Publishing.
- Athanassopoulos, A., Gournaris, S., dan Stathakopoulos, V., 2001., *Behavioral responses to customer satisfaction: An empirical study, European Journal of Marketing, Vol. 35, No. 5/6, pp. 687-708.*
- Barnes, J. (2003). Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Yogyakarta: Andi.
- Bei, Lien-Ti & Yu-Ching Chiao. 2001. *"An integrated Model For The Effect of Perceived Product, perceived Service Quality, and Perceived Price fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty"*, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior, vol. 14, p. 125-13.
- Bowen, J. T., & Chen, S. L., 2001., *The Relationship between Customer Loyalty and Customer Satisfaction. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 213-217.*
- Ching Chan Cheng, Shao I Chiu, Hsiu Yuan Hu and Ya-Yuan Chang. A Study On Exploring The Relationship Between Customer Satisfaction And Loyalty In The Fast Food Industry: With Relationship Inertia As A Mediator. *African Journal of Business Management* Vol. 5(13), pp. 5118-5126.

- Cohen, D., C. Gan, H. H. A. Yong, dan E. Choong. 2006. *Customer Satisfaction: A Study of Bank Customer Retention In New Zealand. Discussion paper in Commerce Division*. 109: 1-22.
- Cronin, Joseph Jr., Steven A. Taylor, 1992, “*Measuring Service Quality : A Rexamination and Extention*”, *Journal of Marketing*, Vol. 56.
- Ryan, M.J., Rayner, R., & Morris, A., 1999, “*Diagnosing Customer Loyalty Drivers*”, *Marketing Research*, Summer.
- Ernawati dan Untung, 2011. “Pengaruh Citra Warung *Steak* terhadap Loyalitas Konsumen Warung *Steak* di Surakarta dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 11, No. 2, Oktober 2011: 159 – 171.
- Fecikova, I. (2004). *An Index Method For Measurement Of Customer Satisfaction The TQM Magazin*3. *Journal of Marketing Research* 16 (1), 57-66.
- Ferdinand, A., 2002., *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fornell, C., 1992. *A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience*. *Journal of Marketing.*, 56, 6-21.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. 1996., *The American customer satisfaction index: Nature, purpose and findings*. *Journal of Marketing*, 60(4), 7-18.
- Ghozali, I., 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J., 2005., *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan. Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan. 2007. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua.” *Derema Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No. 1
- Hair, J.F. JR., Anderson, R.E, Tatham, R.L. dan Black, W.C., 2006., *Multivariate Data Analysis. Six Edition*. New Jersey: Pearson.

- Hu, K. C., dan Huang, M. C., 2011., *Effects of Service Quality, Innovation and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo Terminal.*, *International Journal of Operations Research* Vol.8, No. 4, pp. 36 - 47.
- Iswari. R. dan Suryandari. R. 2003. "Analisis Pengaruh Citra Supermarket terhadap Loyalitas Konsumen". *Jurnal Bisnis dan Manajemen UNS Surakarta*, Vol. 3. No 2. November.
- Jefkins, F., 2004., *Public Relations*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kasali, R., 2003. *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Grafiti.
- Kasmir, 2006, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., 2001., *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., 2002., *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, P., 2007, *Marketing Management*, New York: Pearson Prentice Hall.
- Lagrosen, C.H. (1991). *Service marketing*. (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Lupiyoadi, R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Oliver, Richard L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Parasuraman, Zeithaml, Berry., 1988., *Servqual: A Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol. 4 No. 1, pp. 12 – 40.
- Rizky Aji Susilo. 2010. "Pengaruh Corporate Image Dan Kepuasan Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Pemakai Jasa Warung

- Internet di Sekitar Kampus Universitas Sebelas Maret)”. Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rust, R., Zahorik, A. J., dan Keiningham, T., 1994., *Return on Quality (ROQ): Making Service Quality Financially Accountable.*, *Jurnal of Marketing*, Vol. 59., pp. 58-70.
- Ryan, M.J., Rayner, R., & Morris, A., 1999, *Diagnosing Customer Loyalty Drivers*, *Marketing Research*, Summer.
- Scaglione, F. (1988). *Two-way communication: Tapping into gripes and profits*. *Management Review*, 77, 51-53.
- Selnes, Fred, 1993, “*An Examination the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty*”, *European Journal of Marketing*, vol. 27, no. 9, p.19-35.
- Silalahi, G. A., 2003., *Metodologi dan Studi Kasus*, Sidoarjo: CV. Citramedia.
- Simamora, B., 2003., *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Subhash. J. C., 2007, *Marketing Planning and Strategy*, *Sixth Edition*, USA: South-Western College Publishing.
- Sugiyono, 2008., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2002., *Metode Penelitian Bisnis*, Buku 1. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat.
- Sutanto, J. E. 2009. *Dimension Quality of Service Influence Customer Satisfaction in the Hotel (A Case Study an Examination of the Transaction Model in Service Industry)*. *Proceeding of International Seminar on Industrial Engineering and Management*, Bali, Indonesia: 108-114.

- Sutisna., 2001., *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, S., 2004., *Membangun Citra Perusahaan*, Jakarta: Damar Mulia
- Taufik Hidayat K dan M.Lies Endarwati, 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen”.
- Tjiptono, F., 2005, *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang: Bayumedia.
- Yamin, S dan Kurniawan., H., 2009., *Structural Equation Modelling : Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuisioner dengan LISREL-PLS*. Jakarta : Penerbit Salemba Infotek.
- Yamit, Z., 2005., *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta: Penerbit Ekonisia.
- Yi, Y., 1990, “*A Critical Review of Customer Satisfaction*”, in Zeithaml V. A (Ed), *Review of Marketing*, American Marketing Association, Chicago IL, p.68-123.
- Zahra dan George, 2002., *Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension*, *Academy of Management Review*, Volume 27, Issue 2, pp.185-203.
- Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman (1996), “*The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing* Vol. 60 No. 2, pp. 31-46.