

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel GraPARI Surabaya diterima. Artinya, bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel GraPARI Surabaya.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel GraPARI di Surabaya diterima. Hal ini berarti bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel GraPARI di Surabaya.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel GraPARI di Surabaya diterima, bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel GraPARI di Surabaya.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Telkomsel GraPARI di Surabaya diterima. Dengan kata lain Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Telkomsel GraPARI di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya:

1. Saran bagi Manajemen Telkomsel GraPARI Surabaya

- a. Pada variabel Kualitas Pelayanan, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Karyawan Telkomsel GraPARI Surabaya memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa manajemen Telkomsel GraPARI harus memberikan pelatihan kembali untuk para karyawannya agar mendapatkan kepercayaan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- b. Pada variabel Kepuasan Pelanggan, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Saya bersedia merekomendasikan pelayanan Telkomsel GraPARI Surabaya kepada orang lain”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa manajemen Telkomsel GraPARI harus mampu memberikan kepuasan yang maksimal serta mendorong pelanggan agar dapat merekomendasikan Telkomsel GraPARI kepada orang lain.
- c. Pada variabel Loyalitas Pelanggan, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Bila Telkomsel GraPARI Surabaya mengeluarkan layanan jasa lain, saya bersedia menggunakannya”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa manajemen Telkomsel GraPARI harus meyakinkan pelanggan agar mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap jasa layanan Telkomsel yaitu GraPARI Surabaya.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel saja. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aditia, I., dan Suhaji, 2009, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol.2, No.1:58-62.
- Aliansyah, T., Hafasnuddin, dan Shabri, 2012, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh, *Jurnal Manajemen*, Vol.1, No.1, November:230-238.
- Aryani, D., dan Rosinta, F., 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol.17, No.2, Mei: 114-126.
- Barnes, J. G., 2003, *Secrets Of Customer Relationship Managemen*, Andi: Yogyakarta.
- Cornelia, E. dan Endo W.K., 2008, Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5asec Surabaya, *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.4, No.2, September: 45-57.
- Dewi, G. A. P. R. K., Yasa, N. K., dan Sukaatmadja, P. G., 2014, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bpr Hoki Di Kabupaten Tabanan, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol.3, No.5, Januari: 257-275.
- Dharmawansyah, I., 2013, Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu), *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Fatrio, N., 2006, Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus

pada PT Bank Bukopin Kantor Cabang Tegal), *Tesis*, Semarang: Fakultas *Magister Manajemen* Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling Teori dan Konsep & Aplikasi dengan program LISREL 8.54*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C., 2010, *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Indrawati, A., 2011, Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.1, No.1, Juni: 110-120.
- Jogiyanto, HM., 2011, *Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kurniawan, D., 2012, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas yang Di Mediasi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri di Surabaya, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.2, No.1, Mei: 50-60.
- Kusumawati, A., 2011, Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos), *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, , Vol.3 No.1, Juni: 80-90.
- Lovelock, C., dan Wirtz, J., 2011, *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, Seventh Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Mosahab, R., 2010, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation, *International Business Research*, Vol.3, No.4, Oktober: 125-136.

- Mulyono, B. H., Yoestini, Nugraheni R., Kamal, M., 2007, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang), *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol.4, No.2, Juli: 91-100.
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.6, No.2, September: 123-136.
- Rangkuti, F., 1997, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sanusi., 2011, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Salemba Empat
- Saputra, Muri Harmawan, 2014, Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Penerapan Strategi Relationship Marketing, *Jurnal Manajemen*, Vol.2, No.2, Januari:145-160.
- Seguro, W., 2008, Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Selular di Jawa Barat, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No.3 Vol. 13, Desember: 20-36.
- Siddiqi, Kazi O., 2011, Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Banglades, *International Journal of Business and Management*, Vol.6, No.3, April: 89-100.
- Silalahi, G.A., 2003, *Metodologi dan Studi Kasus*, Sidoarjo: Citramedika.
- Sudarti, K., dan Atika, I., 2012, Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Dan Service Recovery (Studi pada Restoran Lombok Ijo Semarang), *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol.12, No.1, Maret: 93 – 109.
- Sugiyono., 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

_____, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Tanuwijaya, M., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipoy Copy, *Jurnal NeO-Bis*, Vol.7, No.1, Juli: 65-75.

Tjiptono, F., 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Yogyakarta: Andi.

Umar, H., 2005, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Wendha, A. A. P., Rahyuda, I K., Suasana, I. Gst. A. Kt. G., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar, *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, Vol.7, No.1, Februari: 201-210.

Widagdo, H., 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang, *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, Vol.1, No.1, September: 189-110.

Yamin, S. dan Kurniawan, H., 2009. *Structural Equation Modeling*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat

Yusnaini, 2010, Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta, *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol. 2, No. 1, Maret: 1-9.

Id.wikipedia.org/wiki/telkomsel, diakses pada tanggal 17 Agustus 2014.