

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), memperlihatkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini cocok dengan data. Selanjutnya dari hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan “Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna XL Center di Surabaya” diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada XL Center di Surabaya.
2. Hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan “Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna XL Center di Surabaya” diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka akan mempengaruhi terbentuknya loyalitas konsumen terhadap XL Center di Surabaya.
3. Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan “Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna XL Center di Surabaya” diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif kepuasan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen menjadi loyal terhadap XL Center di Surabaya.

## 5.2. Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Saran bagi pihak XL Center di Surabaya

Hasil penelitian dapat memberikan saran-saran bagi jasa layanan XL Center untuk:

- a. Meningkatkan kualitas layanan pada XL Center agar dapat menjadi pembeda yang kuat dari merek provider lainnya, sehingga dapat menimbulkan kepuasan konsumen terhadap jasa layanan XL Center.
- b. Meningkatkan kualitas layanan pada XL Center agar dapat menjadi pembeda yang kuat dari merek provider lainnya, sehingga dapat mempengaruhi terbentuknya loyalitas konsumen terhadap XL Center.
- c. Mempertahankan serta meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap XL Center, sehingga makin besar pula kemungkinan konsumen tetap setia. Adanya kepuasan konsumen merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk komitmen jangka panjang dengan perusahaan.

### 2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Karena keterbatasan dalam penelitian ini adalah wilayah penelitiannya yang dilakukan hanya di Surabaya dan jumlah sampel yang belum terlalu banyak. Bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis atau lebih lanjut, disarankan untuk memperluas area penelitian dan menambahkan jumlah sampelnya agar kita dapat mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh di daerah lain.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- 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-Agustus: 114-126.
- Caruana, A., 2002, Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction, *European Journal of Marketing*, Vol. 36, No.7, Mei-Oktober ;811-828.
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_, 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Kedua, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, J., 2003, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, 2005, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Terjemahan, Edisi Revisi, Jakarta: Erlangga.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.C., dan Anderson, R.E., 2010, *Multivariate Data Analysis a Global Perspective*, Seventh Edition, New Jersey: Upper Saddle River.
- Hurriyati, R., 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV. ALFABETA.
- Kuncoro, M., 2009, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*, Edisi Ketiga, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.

- \_\_\_\_\_, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Terjemahan Jakarta: PT Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_, 2003, *Marketing Management*, Eleventh Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, R., 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N.K., 2010, *Riset Pemasaran Pendekatan dan Terapan*, Jilid Pertama, Terjemahan, Edisi Keempat, Jakarta: Indeks.
- Oliver, R.L., 1997, *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*, Singapore: McGraw-Hill Education.
- Putro, R.F.K., 2009, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Pemediasi, *Skripsi*, Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Sari, F.P., 2012, Penerapan Learning Organization di PT. XL Axiata Tbk, *Skripsi*, Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Sinta, R.N., 2009, Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Atribut Produk Kopi Bubuk Kiniko terhadap Loyalitas Pelanggan di Kota Padang, *Skripsi*, Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suratno F.G.S., dan Purnama, N.B., 2004, Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua, *Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 1:69-87
- Tjiptono, F., dan Diana, A., 2001, *Total Quality Manajemen*, Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.

\_\_\_\_\_, 2006, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: CV Andi Offset.

Wijaya, E.M, 2011, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Waterpark Semawis Semarang), *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling. Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., dan Berry, L.L., 1990, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New Yorks: The Free Press.

\_\_\_\_\_, 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 2; 31-46

[http://id.wikipedia.org/wiki/XL\\_Axiata](http://id.wikipedia.org/wiki/XL_Axiata). Diakses 23 Agustus 2013

<http://industri.kontan.co.id>. Diakses 23 Agustus 2013

<http://www.surabayapagi.com>. Diakses 23 Agustus 2013

<http://www.xl.co.id>. Diakses 7 Oktober 2013

<http://www.xl.co.id/corporate/id/ruang-media/regional-pusat/tingkatkan-kepuasan-pelanggan-xl-terapkan-inovasi-dan-inisiatif-baru-customer-service>. Diakses 7 Oktober 2013

<http://www.xl.co.id/id/layanan-lain/xl-star>. Diakses 7 Oktober 2013