

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama “*Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*”, terbukti kebenarannya.
2. *Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua “*Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*”, terbukti kebenarannya.
3. *Service quality* berpengaruh positif terhadap *Brand image*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga “*Service quality* berpengaruh positif terhadap *brand image*”, terbukti kebenarannya.
4. *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat “*Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*”, terbukti kebenarannya.
5. *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *brand image*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima “*Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *brand image*”, terbukti kebenarannya.
6. *Customer loyalty* berpengaruh positif terhadap *brand image*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam “*Customer loyalty* berpengaruh positif terhadap *brand image*”, terbukti kebenarannya.
7. *Service quality* berpengaruh positif terhadap *Brand image* yang di mediasi oleh *Customer loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis

ketujuh “*Customer loyalty* memediasi pengaruh positif *service quality* terhadap *brand image*”, terbukti kebenarannya.

8. *Service quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* yang di mediasi oleh *Customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedelapan “*customer satisfaction* memediasi pengaruh positif *service quality* terhadap *customer loyalty*”, terbukti kebenarannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran sebagai pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan dengan meningkatkan kemampuan karyawan dalam melayani. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada wiraniaga Acer khususnya dalam melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan.
2. Diharapkan agar perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui adanya perbaikan pada kinerja Laptop Acer
3. Diharapkan agar perusahaan dapat meningkatkan citra merek pada Laptop Acer dengan selalu melakukan inovasi-inovasi pada produk Laptop Acer dalam memenuhi tuntutan kebutuhan teknologi konsumen.
4. Diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lainnya yang dapat meningkatkan *customer loyalty* dan *brand image* agar didapatkan hasil yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. 2011. "Pengaruh Promosi dan *Brand image* (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Jalan Aksara Madan", *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 3, No. 3, November 2011.
- Aryani, D., dan F. Rosinta. 2010. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Bisnis dan Birokrasi Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, ISSN 0854-3844, Volume 17, Nomor 2, hlm. 114-126, Mei—Agus 2010.
- Cornelia, E. S., *et al.* 2008. "Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5asec Surabaya", *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 4, No. 2, hal. 45-57.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Gerson, R. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM.
- Ghozali dan Fuad. 2005. *Structural equation modeling Teori, Konsep & Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, J. 2005. *Customer loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV. Alfabeta..
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlanga
- Kotler, P. dan K. L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, R., dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mosahab, R., *et al.* 2010. "Service quality, Customer satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation", *International Business Research*, Vol. 3, No.4, pp. 72-80, October 2010

- Nugroho, F. Y. 2011. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Ogba, E., dan Z. Tan. 2009. “Exploring the Impact of *Brand image* on *Customer loyalty* and Commitment in China”, *Newcastle Business School, Northumbria University, Newcastle upon Tyne, UK*, Vol. 4, No. 2, pp. 132-144.
- Ogi, Sulistian. 2011. *Pengaruh Brand image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan ; Universitas Kuningan.
- Ratnawati, A. 2013. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap *Brand image* pada Pasien Rumah Sakit Ortopedi (RSO) Prof. Dr. Soeharso Surakarta Tahun 2012”, *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE)*, Vol. 1, No. 1
- Ratri, L. E, 2007. Hubungan Antara Citra Merek (*Brand image*) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) pada Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Undip. *Skripsi*. Semarang : Undip
- Saidani, B., dan S. Arifin. 2012 “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No. 1.
- Saleem, H., dan N. S. Raja. 2014. “*The Impact of Service quality on Customer satisfaction, Customer loyalty and Brand image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan*”, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Vol. 16, Issue. 1 Version. 6
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F, 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, F., dan G. Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi

Umar, H. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia

Wijaya, P.S.M. 2008. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks Coffee di Yogyakarta”, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, Vol. 3. No.2, pp.160-180.

Zeithaml *et al.* 1996.”Measuring the Quality of Relationship in Customer Service : An Empirical Study“, *European Journal of Marketing*

<http://www.topbrand-award.com> (Diakses pada tanggal 01 Oktober 2014)