

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modelling* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Relationship quality* terbukti berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dengan nilai-t sebesar 8,30 jauh lebih besar dari pada t-tabel 1,96. Dengan kata lain, apabila PT. Pos Indonesia di Surabaya dapat memberikan *relationship quality* yang tinggi berarti bahwa pelanggan secara konsisten puas dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan sehingga menghasilkan *customer satisfaction*.
2. *Relationship quality* terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan nilai-t sebesar 3,55 lebih besar dari pada t-tabel 1,96. Apabila *relationship quality* selalu dijaga dengan baik oleh PT. Pos Indonesia di Surabaya maka dapat juga mempengaruhi perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian ulang atau menghasilkan *customer loyalty*.
3. *Customer satisfaction* terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan nilai-t sebesar 3,41 lebih besar dari pada t-tabel 1,96. Ini menjelaskan bahwa apabila *customer satisfaction* mengalami peningkatan maka *customer loyalty* juga terpengaruh mengalami peningkatan.
4. *Relationship quality* terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* dengan nilai-t sebesar 3,39 lebih besar dari pada t-tabel 1,96. Hal ini berarti *relationship quality* dapat meningkatkan *customer loyalty*, hanya apabila *customer satisfaction*

tercipta dengan jasa yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia di Surabaya.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu peneliti hanya meneliti PT. Pos Indonesia yang berlokasi di Surabaya sehingga pada penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat melakukan penelitian dengan jangkauan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan semakin akurat. Selain itu, karena keterbatasan waktu serta dana yang dimiliki peneliti, maka jumlah responden yang diteliti hanya sebanyak 150 responden sehingga masih kurang mampu untuk mewakili populasi yang ada. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat memperoleh responden dengan jumlah yang lebih besar sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih optimal.

5.2.2. Saran Praktis

Sebagai implikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka berikut ini dikemukakan saran bagi pihak PT. Pos Indonesia di Surabaya sedapat mungkin untuk tetap selalu mempertahankan kualitas hubungan perusahaannya dengan konsumen misalnya dengan menjaga interaksi pelayanan dengan konsumen, serta memperbaiki suasana setiap kantor Pos Indonesia di Surabaya dan wilayah lainnya hingga selalu dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas, selain itu juga dapat terus bersaing dan menjadi perusahaan jasa unggulan di antara perusahaan jasa lainnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aryani, D. dan Rosinta, F.,2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi dan Organisasi*, Vol 17 no.2.
- Buttle, F., 2007, *Customer Relationship Management*, Malang, Bayumedia Publishing.
- Durianto, D. dan Sugiarto dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukan Pasar*, Jakarta, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Huang, CH., 2012, The Impact of Relationship Quality on Customer Loyalty, *Journal of Contemporary Management*, ISSN: 1929-0128; 1929-0136.
- Kotler, P. dan Keller, K.L., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, Jakarta, Penerbit PT Indeks.
- , 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Pi, WP. and HH. Huang, 2010, Effects of Promotion on Relationship Quality and Customer Loyalty in The Airline Industry : The Relationship Marketing Approach, *African Journal of Business Management*, Vol.5 (11), pp.4403-4414.
- Irawan, H., 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Sukmawati, K., 2011, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Jasa Angkutan Kereta Api Eksekutif, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Wijayanti, A.,2008, Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan, *Thesis*, Semarang, Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Yamin, S. dan Kurniawan, H.,2009, *Structural Equation Modeling*, Seri 2, Jakarta, Penerbit Salemba Infotek.

<http://www.posindonesia.co.id/>, diakses 25 Januari 2013.

<http://teorionline.wordpress.com>, diakses 02 April 2013.