

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Buyer seller relationship* terbukti sebagai variabel moderasi, yaitu memiliki kemampuan memoderasi pengaruh *service failure* terhadap *consumer complaint* di *Twinkle House*.
2. *Buyer seller relationship* adalah variabel moderasi penuh karena selain mampu memoderasi ternyata *buyer seller relationship* juga mampu menjadi variabel prediktor *consumer complaint*.
3. Sifat moderasi variabel *buyer seller relationship* terhadap pengaruh *service failure* terhadap *consumer complaint* adalah negatif, artinya bahwa variabel *buyer seller relationship* sifatnya melemahkan (menekan) pengaruh *service failure* terhadap *consumer complaint* di *Twinkle House*.

5.2. Saran

Saran dalam penelitian ini berdasarkan pada nilai rata-rata tertinggi dari variabel *service failure* dan nilai terendah dari *buyer seller relationship*.

1. Nilai rata-rata terendah dari variabel *buyer seller relationship* adalah pernyataan: “Produk-produk yang dijual *Twinkle House* tidak sesuai dengan keinginan Anda.” Untuk itu, saran yang diajukan bahwa sebaiknya *Twinkle House* terus meningkatkan

seleksi produk khususnya mengenai kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, *Twinkle House* sebaiknya tidak menggunakan efek photo atau media untuk meningkatkan penampilan produk dibandingkan yang sebenarnya karena hal ini akan mengecewakan kepada konsumen.

2. Nilai rata-rata terendah dari *buyer seller relationship* adalah pernyataan: “*Twinkle House* menggunakan phone calls, untuk berkomunikasi dengan pelanggan.” Untuk itu, saran yang diajukan bahwa sebaiknya *Twinkle House* terus meningkatkan efektifitas hubungan dengan pelanggan. *Twinkle House* bisa meningkatkan frekuensi hubungan dengan pelanggan dan salah satunya dengan menggunakan phone cell untuk mempererat hubungan dengan pelanggan.
3. Untuk penelitian yang akan datang bisa menggunakan penelitian ini sebagai acuan tetapi dengan obyek yang berbeda yaitu untuk perusahaan-perusahaan monopoli. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui kekuatan dari *buyer seller relationship* pada pengaruh *service failure* terhadap perilaku *komplain* untuk perusahaan yang tidak memiliki pesaing di pasar.

5.3. Keterbatasan

Hipotesis penelitian untuk membangun pengaruh antara variable dilandasi dengan teori yang kurang kuat, sehingga pembahasan harus dikaji ulang. Untuk penelitian selanjutnya agar mengkaji ulang teori masing-masing variable penelitian beserta pengaruhnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aali, S., Ibrahim, A., Mirabi, R.V., and Zare, S., 2014, Effect Of Relationship Marketing Strategies On Customer Responses In Iran's Banking Industry: Role Of Mediator The Relationship Quality, *Research Journal Of Recent Sciences*, Vol. 3, No. 5, May: 43-54.
- Artanti, Y, dan Ningsih, L., 2010, Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 14, Nomor.2, Desember: hlm 66-74.
- Cempakasari, A.D.MM., dan Yoestini, Dra.Msi., 2003, Studi Mengenai Pengembangan Hubungan Jangka Panjang Perusahaan dan Pengecer, Volume II, No. 1, Mei: halaman 67 – 84.
- Chou, C., Hsu, H.Y., dan Goo, J.Y., 2008, Service Failures and Recovery Strategies from the Service Provider Perspective.
- Ellena, F, dan Rahardjo, MT.T.S.Drs., Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah.
- Ennew, C., dan Schofer, K., 2003, Service Failure and Service Recovery In Tourism: A Review.
- Fitriyah, N.K., dan Supriyanto, S., 2013, Analisis Perilaku Konsumen Di Rawat Inap Obstetri Ginekologi Rumah Sakit Islam Surabaya, *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, Volume1, Nomor. 1, Januari-Maret.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I., 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Reresi*, Edisi Ketujuh, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hartanto, T.J., 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah.
- Hess Jr, L.R., Ganesan, S., dan Klein, M.N., 2003, Service Failure and Recovery The Impact of Relationship Factors on Customer Satisfaction, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 31, No. 2, pages 127-145.
- Kim, G.M., Wang, C., dan Mattila, S.A., 2010, The relationship between consumer complaining behavior and service recovery An integrative review, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 22 No. 7, 2010 pp. 975-991.
- Kotler, dan Keller., 2008, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, Jakarta: Erlangga.
- Kristaung, R., 2005, Efektivitas Pemulihan Pelayanan (*service failure*) pada Salon Kecantikan, Binatu dan Restoran di Jakarta Barat, *Jurnal Manajemen Krida Wacana*, Vol. 5, No. 3, September: pp 181-200.
- Kuncoro, M.Ph.D., 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Metehan, T.Ph.d., dan Yasemin, A.Z., 2011, Demographic Characteristics and Complaint Behavior: An Empirical Study Concerning Turkish Customers, *International Journal Of Business and Social Science*, Vol. 2, No. 9, May.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L.L., 2009, *Perilaku Konsumen* Terjemahan Drs. Zoelkifli Karip, Jakarta: Indeks
- Shang, C.K., dan Lu, S.C., 2012, Customer Relationship Management and Firm Performance: An Empirical Study Of Freight Forwarder Services, *Journal Of Marine Science and Technology*, Vol. 20, No. 1, pp 64-72.
- Sulistiyawaty, R., *Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Kartu Kredit Di Wilayah Jakarta*.

- Surbakti, N., dan Widyarini, M., 2010, Pengaruh Service Recovery Pada Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus AUTO2000 Bandung, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.6, No.1: hal 22-42.
- 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.
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. First Edition. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.