

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Bedasarkan hasil penelitian-penelitian pada bab sebelumnya secara keseluruhan maka penulis bisa menarik kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Personalisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya personalisasi yang diterapkan perusahaan menghasilkan kepuasan konsumen. Personalisasi seperti perusahaan lebih memahami setiap individu dari konsumennya, perusahaan memberikan pelayanan yang menyesuaikan kebutuhan setiap individu konsumen
2. Penanganan Keluhan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan dari perusahaan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan pada saat konsumen mengajukan keluhan akan produk atau jasa dari perusahaan, jika keluhan tersebut cepat ditanggapi oleh perusahaan, konsumen akan merasa puas dan merasa dihargai oleh perusahaan.
3. Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan konsumen selalu mempunyai ekspektasi image perusahaan di benaknya dan saat perusahaan memenuhi ekspektasi tersebut dengan produk atau jasa yang memuaskan, konsumen akan merasa puas dikarenakan ekspektasinya dipenuhi oleh perusahaan tersebut.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kesetiaan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan dengan adanya

memenuhi ketiga penelitian tersebut (Personalisasi, Penanganan Keluhan, Persepsi Kualitas) pelanggan akan merasa puas sehingga mereka akan tetap menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut.

5. Personalisasi berpengaruh positif terhadap kesetiaan pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang kelima ini menunjukkan adanya keterkaitan antara personalisasi dengan kesetiaan pelanggan. Hal ini dikarenakan sebagaimana disebutkan di atas saat perusahaan melakukan personalisasi dengan baik, maka konsumen tidak akan ragu untuk terus menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut.
6. Penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap kesetiaan pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Hasil penelitian keenam menunjukkan adanya keterkaitan antara penanganan keluhan dengan kesetiaan pelanggan. Hal ini dikarenakan saat keluhan-keluhan dari setiap konsumen cepat ditanggapi dan diselesaikan oleh perusahaan, konsumen akan merasa nyaman dan dihargai oleh perusahaan tersebut sehingga tidak berpikir untuk berpindah perusahaan.
7. Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap kesetiaan pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ketujuh menunjukkan adanya keterkaitan antara persepsi kualitas dengan kesetiaan pelanggan. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa saat ekspektasi dari konsumen terpenuhi maka mereka akan merasa puas, oleh karena itu saat ekspektasi mereka sudah terpenuhi dan mereka sudah merasa puas, mereka akan terus menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut karena mereka sudah merasa puas dengan produk atau jasa perusahaan tersebut.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan penelitian ini, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini:

### **5.2.1 Saran Praktis**

1. Apple diharapkan dapat meningkatkan Personalisasi dengan cara lebih memahami kebutuhan setiap individu konsumen dan memberikan layanan yang berbeda yang menyesuaikan kebutuhan mereka.
2. Apple diharapkan dapat meningkatkan metode penanganan keluhan sehingga keluhan dari pelanggan bisa langsung ditanggapi dan diatasi agar konsumen merasa terpuaskan sehingga mereka akan tetap menggunakan produk dan jasa Apple.
3. Apple diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitasnya sehingga dapat memenuhi persepsi yang dimiliki oleh pelanggannya, sehingga konsumen merasa produk atau layanan yang diberikan sesuai dengan evaluasi atau rating yang diberikan.

### **5.2.2 Saran Akademik**

Bagi para akademisi untuk dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan atau juga kesetiaan pelanggan, selain itu juga disarankan mengubah obyek penelitian dengan obyek lain sehingga penelitian akan lebih banyak dan lebih beragam.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on Value of a Brand Name*. The Free Press, New York, ISBN: 0-02-900101-3, pp: 299.
- Anahita B. Halimi, Alizera Chavosh, Javad Namdar, Shahriar Espahbodi, Pejman Sheibani Esferjani 2011, "The Contribution of Personalization to Customer's Loyalty Across the Bank Industry in Sweden", *Internal Conference on Social Science and Humanity*, Vol.5 p. 382-387
- Auka, D. Onwonga, 2012. Service quality, satisfaction, perceived value and loyalty among customers in commercial banking in Naruku Municipality, Kenya. *African Journal of Marketing Management* Vol. 4(5), pp. 185-203
- Bitner, M.J., Booms, B. and Tetreault, M.S. 1990, "The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents", *Journal of Marketing*, Vol. 54, No.1, pp. 71-84.
- Bloemer, J. Ko de Ruyter and Pascal Peeters, 1998, "Investigating Drivers of Bank Loyalty : The Complex Relationship Between Image, Service, Quality and Satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol.16, No.7
- , Ko de Ruyter and Pascal Peeters, 1997, "On the Relationship Between Store Image, Store Satisfaction and Store Loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol.32, No.5/6
- Boshoff, C. 2005, "A re-assessment and refinement of RECOVSAT: An instrument to measure satisfaction with transaction-specific service recovery", *Managing Service Quality*, Vol. 15, No. 5, pp. 410-425..
- Carvajal, S., Ruzzi, A., Nogales, A., et al (2011) `The Impact of Personalization and Complaint Handling on Customer Loyalty`, *African Journal of Business Management*, 5(34): 13187-13196.
- Dabholkar, P.A., Shepherd, C.D. and Thorpe, D.I. 2000, " A comprehensive framework for service quality: An investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study", *Journal of Retailing*, Vol 76.No (2) .pp139-173.

- Davis, A., and Chase, 2003. *Fundamentals of Operations Management*. 4th Edn., McGraw- Hill/Irwin, ISBN: 0-07-297541-5, pp: 1
- Dharmmesta, B. Swastha. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3, Tahun 1999
- Fornel C. and B. Wenerfelt, 1987, "Defensive Marketing Strategy by Costumer Complaint Management: "A Theoretical Analysis", *Journal of Marketing Research*, Vol.24 No.4, pp.37-46
- Ghozali, I., dan Fuad., 2005, *Structural Equation Modeling, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hanson, W. 2000. Principals of internet marketing. *South-western College publishing*. Ohio
- Imhoff, C., Loftis, L., and Geiger, J. 2001. *Building the Customer-Centric Enterprise, Data Warehousing Techniques for Supporting Customer Relationship Management*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Jacoby, J., and David B. Kyner 1973, "Brand Loyalty vs. Repeat Purchasing Behavior," *Journal of Marketing Research*, 10 (1), 1-9.
- Jeon, M. (mindy), "Impact of perceived website service quality on customer e-loyalty on a lodging website" 2009. *Graduate Theses and Dissertations*. Paper 11068.
- Jin, B. and G.S. Yong, 2005. Integrating effect of consumer perception factors in predicting private brand purchase in a Korean discount store context. *Journal Consumer Market.*, 22: 62-71. DOI: 10.1108/07363760510589226
- KANG J., Zhang Xin, Zheng Zhao-hong, 2009. The relationship of customer complaints, satisfaction and loyalty: Evidence from China's mobile phone industry: *China-USA Business Review*, Vol. 8, No. 12: 22-36
- Kau, A., Keng and Elizabeth Wan-Yiun Loh 2006, "The effects of service recovery on consumer satisfaction : a comparison

- between complaint and non-complaints“, *Journal of Service Marketing*, Vol. 20 No. 2 p. 101- 111
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice. Hall.
- Le Blanc G and Nguyen, 1988, “Customer Perception of Service Quality in Financial Institutions”, *Internal Journal of Bank Marketing*, Vol.6 p .7 – 18
- Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2, Desember 2005.
- Manumpil, B., Yudi Ismanto, Franly Onibala. 2015. Hubungan penggunaan gadget dengan tingkat prestasi siswa di sma negeri 9 manado. *Ejournal Keperawatan (e-kep)* vol. 3 No. 2, 1-6
- Metwally, D. 2013, Complaint Handling in the Airline Industry: The Way to Enhance Customer Loyalty, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Rome-Italy Vol 4 No 10
- Musanto, T. 2004. Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: studi kasus pada cv. Sarana media advertising surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi* vol.6, no. 2 : 123-136
- Nasser .M, Hashed Ahmed, Salzina Bt MD. Salleh, Hamid Mahmood Gelaidan, “Factors Affection Customer Satisfaction of Mobile Services in Yemen” 2012. *African Journal of Economics* 2012, 2(7): 171-184
- Nunes, P. F., A. Kambil 2001, “Personalization? No Thanks,” *Harvard Business Review*. 79(4) 32-34.
- Oliver and Richard, L. 1999. Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33– 44.
- Oliver, Richard L. 1997, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York, NY: McGraw-Hill. (1999), “Whence Consumer Loyalty?,” *Journal of Marketing*, 63 (4), 33–44.
- \_\_\_\_\_ 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

- Oliver and Richard, L. 1997, *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R.L., 1997, "Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer", in McMullan, Rosalind and Gilmore, Audrey., 2003, "The Conceptual Development of Customer Loyalty Measurement: A Proposed Scale", *Journal Of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol.11, No.3, pp. 230-243.
- Peppers, D. Rogers, M. Dorf, R. 1999. *The one to one fieldbook: the complete toolkit for implementing a 1 to 1 marketing program*, Double Day, New York
- Putra, A. M., 2010. *Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Serkan, A., Göekhan, Ö., and Öemer, A. 2005. Customer loyalty and the effect of switching costs as a moderator variable: A case in the Turkish mobile phone market. *Marketing Intelligence and Planning*, 23(1): 89-103.
- Sugiyono., 2011, *Metode penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta
- \_\_\_\_\_, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tong, C., 2012. The influences of service personalization, customer satisfaction and switching costs on e-loyalty: *International Journal of Economics and Finance*. Vol 4, No. 3:105-114
- Tse, D. K. and Peter C. Wilton. 1988. "Models of Consumer Satisfaction: An Extension," *Journal of Marketing Research*, 25 (May): 204-212.
- Umar, H., 2003, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.
- Wasfi, H, Olena Kostenko., "The Impact of Complaint Management on Customer Retention" 2014 *Faculty of Education and Economic Studies*.
- Zeithaml, V.A., 1988. Consumer Perceptions of Price, Quality and value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 50 pp. 2-22

Zeithaml, V.A., 1988a. Consumer Perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *J. Market.*, 52: 2-22. ISSN: 00222429

<https://coretansiswaudara.wordpress.com/tag/s1-mtu-d-09/> Penanganan komplain dalam bisnis Airlines. diakses pada 22 Oktober 2015 15:44

<http://techcrunch.com/2012/09/13/the-iphone-5-event/> Apple's Magic is in The Turn, Not The Prestige. MG. Siegler, Columnist. diakses 28 Oktober 2015 12:06

<http://www.apple.com/id/iphone-6/specs/> iPhone 6 Specs. diakses pada 9 September 2015 16:35

<http://www.iclarified.com/50258/apple-to-order-record-initial-production-run-of-85-to-90-million-next-generation-iphones> Apple to Order Record Initial Production Run of 85 to 90 Million Next Generation iPhones. diakses pada 10 September 2015 11:57

<http://www.personalization.org/personalization.html> Personalization Consortium August 2, 2005 diakses pada 22 Oktober 15:17

<http://www.voaindonesia.com/content/penjualan-smartphone-menurun-kecuali-iphone/2870705.html> Penjualan Smartphone turun kecuali iPhone. diakses pada 9 September 2015 16:40

<http://www.plimbi.com/news/3609/sejarah-apple> Sejarah Apple dan Produk-Produk Mutakhirnya. Diakses pada 2 Februari 2016 18:07