

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan maka simpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. *Negative switching barriers* berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen pada Toko Chips Komputer di Surabaya. Jadi hipotesis 1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *negative switching barriers*, maka akan menurunkan kepuasan konsumen.
2. *Positive switching barriers* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Toko Chips Komputer di Surabaya. Jadi hipotesis 2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *positive switching barriers*, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas attitudinal pada Toko Chips Komputer di Surabaya. Jadi hipotesis 3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan, maka akan meningkatkan loyalitas attitudinal.
4. Kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi *negative* dan *positive switching barriers* berpengaruh positif terhadap loyalitas attitudinal. Jadi hipotesis 4 diterima. Hal ini menunjukkan *negative* dan *positive switching barriers* dapat mempengaruhi loyalitas attitudinal apabila melalui kepuasan.

#### **5.2. Saran**

Dari hasil penelitian dan simpulan yang didapat di atas maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan *positive switching barriers*, sebaiknya Toko Chips Komputer di Surabaya memberikan informasi produk yang lebih akurat atau up to date sehingga konsumen dapat memilih item atau produk – produk keluaran terbaru.
2. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaiknya Toko Chips Komputer di Surabaya dapat memuaskan kebutuhan konsumen, seperti memberikan garansi produk atau jaminan pelayanan perusahaan yang lebih baik lagi.
3. Untuk meningkatkan loyalitas attitudinal, perusahaan menjual produk yang berguna sesuai kebutuhan bagi konsumen seperti produk yang *up to date* dan bervariasi sehingga konsumen terus membeli dari Toko Chips Komputer di Surabaya.
4. Pengaruh tidak langsung variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dapat dijelaskan dalam teknik analisis menggunakan AMOS sehingga diperlukan alat analisis lain untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat, misalnya menggunakan Lisrel.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arbukle, J.D., 1997, *A General Model for Multivariate Analysis*. New York: Holt, Reinhart & Winston.
- Boone, Louise dan David L. Kurtz, 1995, *Contemporary Marketing Plus*, Eight Edition, The Dryden Press International Edition, Hartcourt Brace College Publishers.
- Boulding, W, 1993, A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions, *Journal of Marketing Research*, Vol. 8: 25-50.
- Dharmmestha, B. S., 1999, Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi Peneliti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3: 73-88.
- Dutka, A., 1994, *AMA Handbook for Customer Satisfaction: A Complete Guidance to Research Planning and Implementation NTC Business Book*, Lincoln Wood, USA: Illinois
- Ferdinand, Augusty, 2001, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: BP UNDIP.
- Hair, J.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L, & Black, W.C, 1995, *Multivariate Data Analysis*, Fourth ed., New Jersey: Prentice Hall.
- Indriantoro, N. , dan Supomo, B., 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.
- Jasfar, Farida, 2002, “Kualitas Hubungan Dalam Jasa Penjualan: Pengaruh Hubungan Interpersonal Tenaga Penjualan Pada Perusahaan Asuransi Jiwa”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 2. No. 3, September.
- Jones, P., dan Ioannou, A., 2000, Measuring Guest Satisfaction in UK Based International Hotel Chains: Principles and Practice, *Journal of Hospitality Management*, No. 1, Vol. 4: 1-12.

Jones, Thomas, and W. Earl Sasser. Jr, 1994, *Marketing*, United States of America: Mc Grow Hill Inc.

Julander, Claes-Robert, dan Magnus Söderlund, Effects Of Switching Barriers On Satisfaction, Repurchase Intentions And Attitudinal Loyalty, *SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration*. No. 2003:1.

Kotler, Philip, 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, Control*, Eight edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc., Englewood Cliff.

\_\_\_\_\_, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid Satu, Terjemahan, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.

Loudon, David L., Albert J., dan Della Bitta, 1998, *Consumer Behavior: Concepts and Application*, terjemahan, Third Edition, Singapore: Mc. Graw Hill.

Lovelock, Christoper, 1991, *Service Marketing*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall International Inc.terjemahan, Third Edition, Singapore: Mc. Graw Hill.

Sivadas, Eugene dan Jamie L. Baker-Prewitt, 2002, An examination of the relationship between service quality, customer satisfaction, and store loyalty, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Volume 28, No. 2: 73-82

Tjiptono, F., 2001, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

\_\_\_\_\_, 2004, *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Zhang, Yancai dan Yuqi Han, Application of the Switching Barrier Theory in the Core Employees' Reservation, *International Journal of Business and Management*, Vol. 1, No. 6: 174-179.