

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), maka dapat ditarik simpulan secara umum model dapat digunakan untuk memprediksi perilaku hal yang dapat menambah customer loyalty pada bidang transport khususnya transportasi udara disimpulkan sebagai berikut:

1. *Service Quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
2. *Service Innovation* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. *Brand Image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
4. *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 4 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
5. *Service Innovation* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 5 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

6. *Brand Image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 6 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
7. *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 7 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Para Pelaku Usaha:
 - a. Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia harus meningkatkan kualitas layanannya terutama dalam kemudahan menggunakan layanan, dan juga mengenai kenyamanan pelanggan dalam menggunakan layanan tersebut yang dapat membuat pelanggan puas dan akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan.
 - b. Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia perlu juga mempromosikan dan lebih mengencangkan pemasaran lini produknya (City Link), karena masyarakat sudah percaya dengan Garuda, dan tentu saja juga akan percaya kepada City Link yang merupakan anak perusahaan dari Garuda.
 - c. Maskapai Perlu meningkatkan suasana tempat Maskapai penerbangan Garuda Indonesia, dan juga lebih mempromosikan mengenai kemudahan dan profit yang disediakan kepada konsumen. Karena masih ada beberapa konsumen yang belum mengetahui fitur-

fitur unik yang diberikan Garuda untuk memudahkan penerbangan mereka.

2. Bagi Penelitian selanjutnya :

- a. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel brand equity yang masih belum diuji seperti brand attitude dalam penelitian sekarang, karena brand sangat menarik dan sangat berhubungan dengan Maskapai penerbangan ini.
- b. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di obyek Maskapai Penerbangan lain karena penelitian ini hanya menggunakan satu obyek maskapai yaitu Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aas, T. H. and Pedersen, P. E., 2010. The Firm-Level Effects Of Service Innovation: A Literature Review. *International Journal of Innovation Management*, Vol. 14, No. 5. pp. 759–794..
- Abdel-Salam, G., dan Czizel, A. E., Vitrinel, A., 2000. A Case-Control Etiologic Study of Microcephaly. *Epidemiology*, 11 (5): 571-575.
- Abdul Kadir., 2001. *Pemrograman Database Menggunakan Delphi*. Jilid 1. Jakarta: Salemba Infotek.
- Arief, Sritua., 2006. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: UI Press.
- Ali Hasan. 2008, *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Arikunto, Suharsimi., 1995, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rhineka Cipta.
- Blackmon, K. and Chase, R.B. (2004). A Tale of Two Countries' Conservatism, Service Quality, and Feedback on Customer Satisfaction. *Journal of Service Research*, 6(3): 212-230.
- Chaffey, Dave., 2009, *E-Business and E-Commerce Management* . 4th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Cronin Jr. J.J., and Taylor, S.A., 1992, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3): 56-68.
- Davis, B.R., and Mentzer, J.T., 2006, Logistics Service Driven Loyalty: An Exploratory Study. *Journal of Business Logistics*, 27(2): 53-73.
- Delafrooz, Narges., et. al., 2013, The Impact of Service Innovation on Consumer Satisfaction. *International Journal of Business and Behavioral Sciences* Vol. 3, No.2; February 2013.
- Durianto, Darmadi ., 2004, *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Endaswara, Suwardi., 2011, *Metodologi Penelitian Sastra*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Endaswara, Suwardi., 2013, *Metodologi Penelitian Sastra: Epistemologi Model, Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Gerson, R., 2001, *Mengukur Kepuasan Pelanggan : Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*, Jakarta: PPM.
- Ghozali, I., dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam., 2008, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*, Semarang: UNDIP.
- Griffin, Jill., 2005, *Customer Loyalty*, Edisi Revisi, Jakarta: Erlangga.
- Gronlund, N. E., and Linn, R. L., 1990. *Measurement and Evaluation in Teaching*. 6 th Edition, New York: Macmillan Publishing Company.
- Hair, Joseph F., 1998. *Multivariate Data Analysis, 1st Edition*. New York: Prentice Hall International, Inc.
- Hendy, Lukas., 2015. *Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty dan Intention to Switch Nasabah BCA Cabang Darmo di Surabaya*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol. 4. No. 2.
- Huang, Chieh Mei, & kai Chieh Hu. 2011. Effects of Service Quality, Innovation, and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo Terminal. *International Journal of Operation Research* Vol.08 No.04. Taiwan: Kainan University.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo., 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Innis, D.E., and La Londe, B.J., 1994, Customer Service: The Key to Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Market Share. *Journal of Business Logistics*, 15(1): 1-27.

- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Jimanto, Riswanto Budiono, dan Yohanes, Sondang Kunto., 2014. Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Ritel Bioskop The Premier Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2. No. 1.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip., 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane., 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta : Erlangga : 138.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Lee, Haksik., Yongki. L., Dongkeun. Y. 2000. The Determinants Of Perceived Service Quality And Its Relationship With Satisfaction. *Journal Of Services Marketing*; Vol.14 No.3. 2000, pp. 217-231.
- Lin, C., Chow, W.S., Madu, C.N., Kuei, C.H., and Yu, P.P., 2005, A Structural Equation Model of Supply Chain Quality Management and Organizational Performance. *International Journal of Production Economics*, 96(3): 355-365.
- Lupiyoadi , Rambat., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Nugroho, Yudha., 2011, Pengaruh Brand image pada Customer Loyalty yang dimediasi oleh Customer Satisfaction, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan L.L., Berry., 1998, SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, *Jurnal of Retailing*, pp. 54.

- Prabowo, Arief., 2013. Purwarupa Sistem Pengaman Brankas Menggunakan Keypad dan Handphone. *Laporan Akhir*. ITS Telkom.
- Robbins, Stephen P, 1994. *Teori Organisasi : Struktur, Desain, dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Alih Bahasa Jusuf Udaya. Jakarta: Arcan.
- Rogers, E.M. 1983, *Diffusions of Innovations*, Third Edition. New York: Free Prez.
- Rust, R.T., Zahorik, A.J., and Keiningham, T.L., 1995, Return on Quality (ROQ): Making Service Quality Financially Accountable. *Journal of Marketing*, 59(2): 58-70.
- Ruyter., 1997, Merging Service Quality And Service Satisfaction: An Empirical Test of An Integrative Model. *Journal of Economic Psychology*, Vol.18, pp.387406.
- Simamora, Henry. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 2., Yogyakarta: YKPN.
- Singgih, Santoso., dan Tjiptono., 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Silalahi, Ulber., 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Sugiyono. 2004., *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2008)., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy., 2000, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy., 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy., 2005, *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy., and Chandra, Gregorius., 2007, *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

- Umar, H., 2005, *Metode Penelitian*, Jakarta: Salemba Empat.
- Usmara, A, 2008. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Amara Books.
- Van de ven, A.H., 1986, *Measuring And Assessing Organizations*. New York: Wiley.
- Webster, Meriam., 1993, *Webster's Third New International Dictionary*. USA: Millem.
- Widjaja, Amin ., 2008, *Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo.
- Winata, Hendy., 2015., “Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty dan Intention to Switch Nasabah BCA Cabang Darmo di Surabaya”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 4 No.2.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Yamit, Zulian. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Zakiya, Ela. Muslichati., 2015., Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Buah Hati di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa Unnes Semarang*.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., and Parasuraman, A., 1996. The Behavior Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2): 31-46.
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (1996). *Service Marketing*, New York: McGraw-Hill.
- Zulian, Yamit., 2004, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Garuda Indonesia., 2017, “*Untuk Keempat kalinya Indonesia Kembali Dinobatkan Sebagai World Best Cabin Crew*”. <http://lenterakecil.com/penulisan-daftar-pustaka-dari-internet/> (Diakses tanggal 5 Juni 2017).
- Otviapta, Priangga., 2014. “*Pengalaman Luar Biasa Terbang Bersama GarudaIndonesia*”. <http://www.priangga.web.id/2014/11/pengalaman-luar-biasa-terbang-bersama-garuda-indonesia>. (Diakses tanggal 5 Juni 2017).