

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan regresi linear sederhana melalui program SPSS 16.0 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya dan dapat diterima.
2. Kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pelanggan terbukti kebenarannya dan dapat diterima.
3. Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara

signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada ruang lingkup yang terbatas yaitu pada STIE Perbanas Surabaya dan responden yang dijadikan sampel hanya mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.
2. Pada hasil kuesioner yang telah disebar, terdapat beberapa responden yang menjawab dengan tidak sesuai sehingga memungkinkan terjadinya penghapusan indikator variabel yang tidak reliabel.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada perawatan kecantikan produk “X” saja. Sehingga apabila dilakukan penelitian pada obyek yang berbeda maka tidak menutup kemungkinan hasilnya akan berbeda.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka Peneliti dapat memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

5.3.1 Bagi klinik perawatan kecantikan produk “X”

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk sangat

penting dalam kelangsungan suatu perusahaan. Untuk itu, klinik perawatan kecantikan produk “X” diharapkan lebih fokus terhadap kualitas produk yang diberikan agar tidak menimbulkan efek samping yang tidak diinginkan oleh pelanggan. Selain itu, produk yang dipasarkan juga harus mendapatkan izin dari BPOM agar pelanggan yakin bahwa kandungan dalam produk tidak berbahaya. Dalam kemasan produk sebaiknya juga dijelaskan kandungan yang terkandung agar pelanggan yakin akan manfaat dari produk tersebut. Dengan adanya informasi yang jelas mengenai produk tersebut akan menimbulkan kepercayaan pelanggan. Selain itu, kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan. Jika pelanggan puas, maka akan melakukan pembelian ulang produk tersebut sehingga terciptanya loyalitas pelanggan.

5.3.2 Bagi penelitian selanjutnya

Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah variabel lain yang relevan dengan topik penelitian seperti variabel kualitas layanan. Selain itu, sebaiknya penelitian selanjutnya mengambil sampel yang lebih besar dan obyek yang lebih luas sehingga diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A. 2003. *Service Marketing* (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Boeselie, P., Hesselink, M. & Wiele, T.V. 2002. "Empirical evidence for the relationship between customer satisfaction and bussines performance".
- Budi Hermawan. 2011. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Clark, B. 2000. Consumer Behaviour Online. www.Briclarke.Hostinguk.com.
- Fandy Tjiptono. 2000. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- _____, 2000. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama Cetakan Kedua. Banyumedia. Malang.
- _____, 2002. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi. Jogjakarta.
- Feick, L. & Lee, J. 2001. "The impact of switching cost on the customer satisfaction-loyalty link; mobile phone service in France." *Journal of Service Marketing*.
- Fenny dan Sri Maharsi. 2006. "Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 8 No.1*.
- Imam Ghozali. 2006. *Model Persamaan Struktural*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP-UNDIP
- Kotler, Philip. *Marketing Management*, 11th Edition. Prentice Hall Int'l, New Jersey, 2003.
- _____, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- _____, 2007. *Marketing Management*. New Jersey Penerbit Prentice Hall
- _____, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Minto Waluyo. 2009. *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling*. Indeks.

Mohammad Muzahid Akbar and Noorjahan Parvez. 2009. "Impact Of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty" *ABAC Journal Vol. 29, No. 1*.

Mudrajad Kuncoro. 2011. *Metode Kuantitatif*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.

Norizan Kassim. 2010. "The Effect Of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty in E-Commerce Settings". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Vol. 22 No. 3*.

Reichheld, F.F. and Schefter, P. 2000. "E-loyalty: your secret weapon on the web". *Harvard Business Review*, Vol. 78 No. 4.

Stevenson, William J. 2005. *Operations Management*. 8th Edition. McGraw-Hill.

Tsoukatos, E. dan Rand, G.K. 2006, "Path analysis of perceived service quality, satisfaction and loyalty in Greek insurance", *Managing Service Quality*, Vol. 16 No. 5.

Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Malhotra, A. (2002), "Service quality delivery through websites: a critical review of extant knowledge". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30 No. 4, pp. 362-75.

<http://londonbeautycentre.com/page/Perawatan.php> (diakses 18 Desember 2012)

http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html (diakses 18 Desember 2012)

<https://www.bellaskin.co.id/product.php> (diakses 18 Desember 2012)

<http://www.natasha-skin.com/> (diakses 18 Desember 2012)

http://bundaannin.blogspot.com/2009/03/pengalaman-perawatan-skin_care.html (diakses 18 Desember 2012)

http://www.pom.go.id/index.php/home/press_release/168/Hasil_Pengawasan_Kosmetika_Meangandung_Bahan_berbahaya.html (diakses 24 Desember 2012)

<http://www.doktercantik.com/308/daftar-kosmetik-berbahaya-bpom-2012.html>
(diakses 24 Desember 2012)

<http://kesehatan.kompas.com/read/2009/06/11/12500664/inilah.daftar.70.produk.kosmetik.berbahaya> (diakses 24 Desember 2012)