

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dalam penelitian ini dan pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Daya tanggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tidak dapat diterima atau ditolak.
2. Tampilan fisik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, tampilan fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau ditolak.
3. Empati tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, bahwa empati terhadap kepuasan pelanggan ditolak.
4. Jaminan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, bahwa jaminan terhadap kepuasan pelanggan tidak diterima atau ditolak.

5. Keandalan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, bahwa keandalan terhadap kepuasan pelanggan ditolak.
6. Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, bahwa kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan diterima.
7. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap informasi lisan. Dengan demikian, bahwa kepuasan pelanggan terhadap informasi lisan diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Objek pada penelitian ini memiliki kerancuan antara meneliti Nokia *Care*/gerai atau produk Nokia. Kerancuan tersebut dapat dilihat pada kuesioner penelitian yang disebar, sehingga responden kebingungan untuk mencerna kalimat atau pernyataan pada kuesioner tersebut.
2. Penelitian ini membatasi jangkauan area Surabaya dan pada teknik sampling yang digunakan. Karena pada penelitian ini, jangkauannya kurang luas dan hanya menyebarkan kuesioner di area Surabaya saja.

3. Pada penelitian ini ada empat indikator yang dihapus karena tidak sesuai nilai standar yaitu TF 1, TF 2, EM 2, JM 2 atau disebut juga sebagai *loading factor* pada uji CFA.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan oleh peneliti dan mampu memberikan saran – saran yang bermanfaat bagi pihak – pihak yang terkait. Adapun saran – saran adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak Nokia

Nokia harus mampu meningkatkan kualitas layanan seperti pada penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan kelima dimensi dari kualitas layanan yaitu daya tanggap, tampilan fisik, empati, jaminan, dan keandalan. Nokia harus mampu melakukan banyak inovasi dan perbaikan sistem organisasi maupun produknya, sehingga Nokia tidak kehilangan pelanggannya karena adanya pesaing yang lebih baik dari segi kualitas layanannya. Selain itu dari segi kemudahan penggunaan yang diberikan oleh Nokia, dari *handphone* Nokia harus memberikan banyak aplikasi yang bisa mengakses ke internet dengan mudah dan tidak lambat dalam mengaksesnya. Sehingga, pelanggan dapat terus menggunakan Nokia sebagai salah satu alat akses ke internet. Pihak Nokia harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan inovasi baru pada produknya, terpercaya, dan tidak sering mengalami kerusakan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Agar dapat memperoleh model penelitian yang didukung oleh teori yang kuat maka disarankan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian lain yang mampu mendukung topik yang diteliti.
- b. Untuk mendapatkan hasil yang lebih sesuai dengan asumsi *Goodness of Fit* Indeks, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah teori dan perbanyak latihan dengan baik dan berdiskusi lebih banyak.
- c. Agar pertanyaan pada kuesioner tidak rancuh terutama pada bagian data responden data instruksi menjawab. Disarankan agar penelitian selanjutnya lebih banyak memperhatikan kuesioner – kuesioner sebelumnya sebagai referensi dan lebih teliti kembali.

DAFTAR RUJUKAN

- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling* dalam penelitian manajemen : aplikasi model – model rumit dalam penelitian untuk tesis magister dan disertai doktor. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____, dan Fuad. 2008. *Structural Equation Modeling*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____, 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ioannis E. Chaniotakis and Constantine Lymperopoulos. 2009. “Service Quality Effect on Satisfaction and Word of Mouth The Health Care Industry”. *Managing Service Quality*. Pp 229-242.
- Jonathan Sarwono. 2007. *Metpen Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana. Jakarta.
- Norizan Kasim and Nor Asiah Abdullah. 2010. “ The Effect of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in E-Commerce Settings”. *Journal of Marketing*. Pp 351-371.
- Naresh K. Malhotra. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi keempat. PT. Indeks. Jakarta Barat.
- R. Trim, Paul. 2007. *Customer Service*. 4th Edition. Pearson Prentice Hall.
- Regina Fridashanti. 2009. “Pengaruh Kepuasan Kerja Karyawan Salon Di Surabaya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen Afektif Sebagai Variabel Pemediasi (Pada Jasa Salon Di Surabaya)”. Skripsi Sarjana tak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.
- Suliyanto. 2006. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.\
- Illias Santouridis and Panagiotis Trivellas. 2010. “Investigating The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Mobile Telephony in Greece”. *Journal of Marketing* . Pp 330-343\

- Suresh Sundaram, Andrew Schwarz, Ell Jones, and Wynne W. Chin. 2007. "Technology Use On The Front line : How Information Technology Enhances Individual Performance". *Journal of Marketing*. 11(July).
- Tjiptono, F., Chandra G., dan Adriana, D. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta:Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., Chandra Y., Diana A. 2004. *Marketing Scales*.Yogyakarta:Penerbit ANDI.
- Yamin, S., dan Kurniawan H. 2000. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.