

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Keadilan Layanan (X_1), Kualitas Hubungan (X_2), dan Kenyamanan Layanan (X_3). Sedangkan, variabel terikat yang digunakan adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan saat ini perhitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Keadilan Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menduga bahwa keadilan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya tidak terbukti. Dapat ditentukan bahwa semakin tinggi keadilan layanan tidak selalu akan menaikkan loyalitas.
2. Kualitas Hubungan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menduga bahwa kualitas hubungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya tidak terbukti. Dapat

ditentukan bahwa semakin tinggi kualitas hubungan tidak selalu akan menaikkan loyalitas.

3. Kenyamanan Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menduga bahwa kenyamanan layanan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya terbukti. Dengan demikian semakin tinggi kenyamanan layanan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan *The Body Shop*.
4. Keadilan Layanan, Kualitas Hubungan dan Kenyamanan Layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menduga bahwa keadilan layanan, kualitas hubungan dan kenyamanan layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan *The Body Shop* di Surabaya terbukti.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini ada pada responden yang kurang serius dalam menanggapi pernyataan kuesioner yang peneliti sajikan dan kurang memahami pernyataan yang peneliti buat. Selain itu peneliti juga menghadapi kendala terkait dengan lamanya proses pengumpulan data disebabkan oleh prosedur dari pihak mall dan waktu untuk menyebarkan kuesioner yang terbatas sehingga pengumpulan data yang lama dan pengolahan data yang lama pula dalam pengerjaannya.

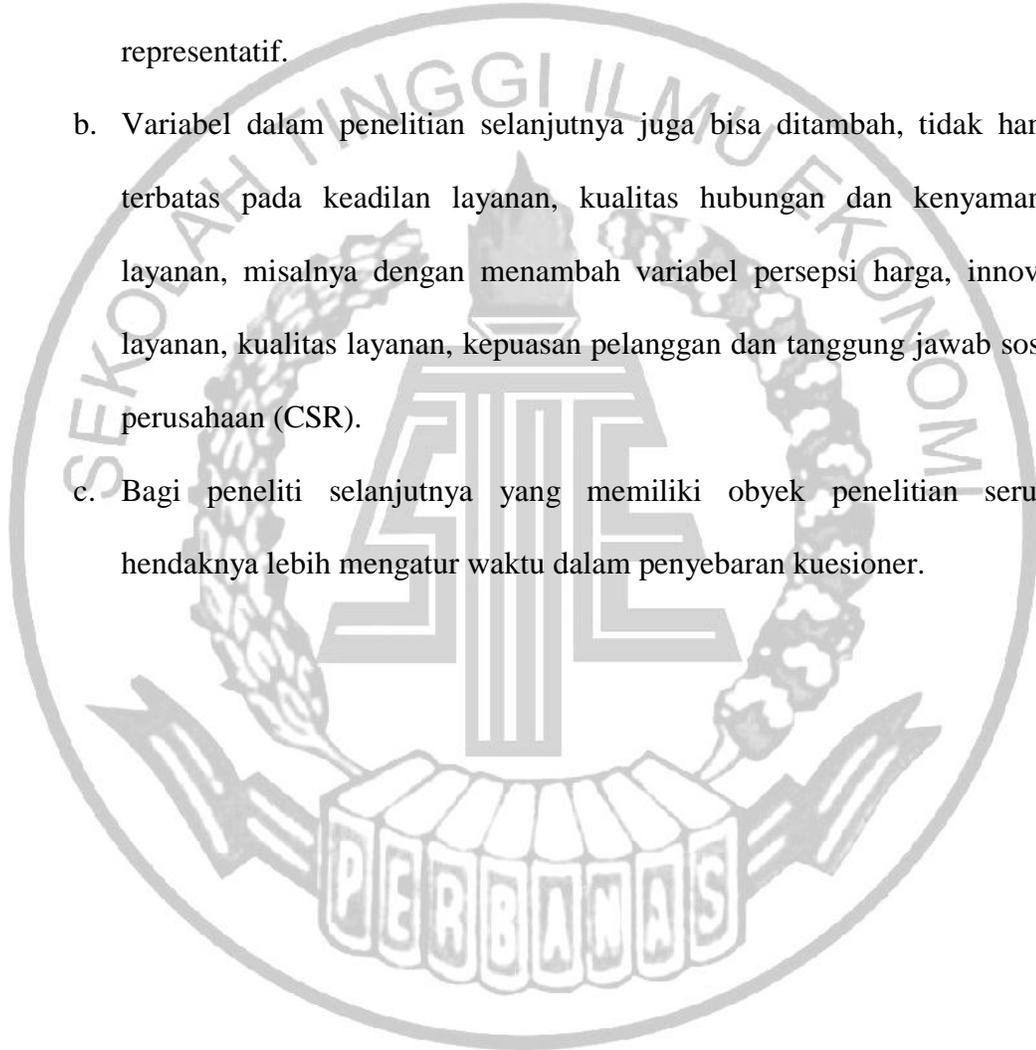
5.3. Saran

Adapun saran yang diberikan antara lain :

1. Bagi perusahaan *The Body Shop*
 - a. Berdasarkan argumen dari 80 responden melalui pertanyaan terbuka mengatakan bahwa untuk lebih meningkatkan lagi promosi *The Body Shop* baik melalui media lisan dan tulisan agar masyarakat luas lebih mengenal dengan baik produk *The Body Shop*. Hal tersebut dapat dilihat pada tanggapan responden yang mempunyai nilai mean terendah yaitu 3,66 yang menyatakan bahwa *The Body Shop* memberikan harga yang wajar untuk layanan yang diterima.
 - b. Diharapkan untuk pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari kenyamanan layanan karena variabel kenyamanan layanan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.
 - c. *The Body Shop* kurang bisa menjangkau kalangan menengah kebawah dikarenakan kualitas dan harganya yang lebih mahal dari produk kosmetik lainnya. Hal ini sesuai dengan tanggapan pelanggan yang sebesar 3,65% mengatakan bahwa *The Body Shop* dapat memperkuat hubungan transaksional dengan pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian sebelumnya sehingga dapat lebih representatif.
- b. Variabel dalam penelitian selanjutnya juga bisa ditambah, tidak hanya terbatas pada keadilan layanan, kualitas hubungan dan kenyamanan layanan, misalnya dengan menambah variabel persepsi harga, inovasi layanan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
- c. Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki obyek penelitian serupa, hendaknya lebih mengatur waktu dalam penyebaran kuesioner.



DAFTAR RUJUKAN

- Burhan Bugin. 2013. *Metodologi penelitian sosial dan ekonomi:format-format kuantitatif dan kualitatif untuk study sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen dan pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Collwell, Scott R., Aung, May., Kanetkar, Vinay., dan Alison, Holden L., 2008, “ Toward a measure of service convenience:multiple-item, scale development and empirical test”. *Journal of Service Marketing*. 22/2. Pp 160-169.
- Fandy Tjiptono. 2004. *Pemasaran Jasa*. PT. Bayumedia Publishing, Malang
_____, 2005. *Pemasaran Jasa*. PT. Bayumedia Publishing, Malang
- Giovanis, Apostolos ., Athanasopoulou, Pinelopi ., dan Tsoukatos, Evangelos . 2015. “The role of service fairness in the sevice quality- relationship quality – customer loyalty chain”. *Journal Of Service Theory and Practice*. 25.6. Pp 744-776
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- I Wayan Sudastra. 2011. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Speedy Telkom di Kabupaten Tabanan)”. *Thesis Universitas Udayana*.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi penelitian:skripsi, tesis, disertasi dan karya ilmiah*. Jakarta : Kencana.
- Kaura, Vinita., Prasad, Ch.SDurga., dan Sharma, Sourabh. 2015. “Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction”. *International Journal of Bank Marketing*. 33.4. Pp 404-422
- Majalah TBS X-CITE edisi 02, (2014 : 2-27)
- Morissan. 2012. *Metode penelitian survey*. Jakarta : Kencana.

Sugiyono. 2015. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku konsumen di era internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Toni Wijaya. 2013. *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Voorhis, Carmen R.Wilson Van dan Morgan, Betsy L., 2007, "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes". *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*. 3.2. Pp 43-50

Wong, Amy. 2004. *The Role of Emotional Satisfaction in Service Encounters Managing Service Quality*. Vol 14-Numb 5.2004, pp 365-37

www.duniaindustri.com di akses 23 Maret 2016

www.brandictory.com diakses 27 Maret 2016

www.thebodyshop.com diakses 30 Maret 2016

Yeh, Ying-Pin . 2015. "Corporate social responsibility and service innovation on customer loyalty". *International Journal of Bank Marketing*. 33.6. Pp 823-839

