

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini yang berjudul pengaruh citra merek, kualitas layanan, dan kualitas hubungan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Cinema XXI di Surabaya. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi citra merek dibenak pelanggan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula pelanggan akan merasakan kepuasan.
3. Kualitas hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas hubungan yang diberikan, maka semakin tinggi pula pelanggan akan merasakan kepuasan.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

5. Citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi citra merek, maka semakin rendah loyalitas pelanggan.
6. Kualitas layanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan, maka semakin rendah loyalitas pelanggan.
7. Kualitas hubungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas hubungan, maka semakin rendah loyalitas pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa di dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Dalam pengisian kuesioner terdapat kendala yaitu responden terburu-buru dalam mengisi kuesioner yang diajukan oleh peneliti.
2. Peneliti kurang mengontrol responden selama responden mengisi kuesioner tersebut.
3. Terdapat empat responden kuesioner yang tidak memenuhi kriteria.
4. Peneliti tidak mengkonfirmasi ulang pernyataan kuesioner kepada responden.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat untuk pihak yang terkait. Saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Cinema XXI
 - a. Dalam Citra merek yang ada dibenak pelanggan, Cinema XXI harus mampu meyakinkan pelanggan bahwa Cinema XXI memiliki citra yang baik.
 - b. Dalam kualitas layanan yang diberikan untuk pelanggan, Cinema XXI harus mampu memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan
 - c. Dalam kualitas hubungan yang diberikan, Cinema XXI harus sanggup untuk memberikan hubungan yang terbaik untuk pelanggan.
 - d. Dalam kepuasan pelanggan, Cinema XXI harus mampu memberikan apapun sesuai keinginan pelanggan agar pelanggan menjadi puas.
 - e. Dalam loyalitas pelanggan, Cinema XXI harus bisa membuat pelanggan menjadi puas agar pelanggan yang sudah puas dapat loyal.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya lebih memperhatikan responden agar responden mengisi kuesioner secara teliti, tidak terburu-terburu.
 - b. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memperhatikan responden ketika mengisi kuesioner agar responden serius dalam mengisi kuesioner.
 - c. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memberikan penjelasan sejas-jelasnya untuk meminimalisir kurang dipahaminya pernyataan yang ada di kuesioner.
 - d. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan konfirmasi ulang pernyataan kuesioner kepada responden.

DAFTAR RUJUKAN

- Afrizal Hamzah. 2014. "Kualitas Pelayanan Jamkesmas (Studi Tentang Pelayanan Pasien Program Rawat Inap) di RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan". *Journal skripsi*. Departemen Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan.
- Ainan Fajrianing Diar. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Pengaruh Lingkungan, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Palupi dan Bebek Sinjay di Surabaya". *Undergraduate Thesis*, STIE Perbanas Surabaya.
- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bondesson, Niklas. 2012. "Brand Image Antecedents of Loyalty and Price Premium in Business Markets". *Business and Management Research*. Vol 1. No 1.
- Durmaz, Yakup., Cavusoglu, Sinan., dan Ozer, Ozlem. 2018. "The Effect of Brand Image and Brand Benefit on Customer Loyalty: The Case of Turkey". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol 8. No 5. pp 528-540.
- Edvardsson, B., Gustavsson, A., Johnson, M.D. dan Sanden, B. 2000. *New Service Development and Innovation in the New Economy*. Lund, Sweden: Student litteratur.
- Erick Djami Rohi. 2014. "Analisis Pengaruh Perilaku Masa Lalu, Sikap terhadap Pembelian Produk Tiruan, dan Karakteristik Individu terhadap Intensi Pembelian Kaos Bola Asli dan Tiruan: Studi pada Konsumen Muda Surabaya". *Journal Ventura*. STIE Perbanas Surabaya.
- Fandy Tjiptono. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- . 2014. *Pemasaran Jasa—Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Ghea Virgia Pradiza. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk "X" Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan Pada Mahasiswi STIE Perbanas Surabaya". *Journal Ventura*. STIE Perbanas Surabaya.
- Giese dan Cote. 2000. "Academy of Marketing Science Review". *Defining Consumer Satisfaction*. Vol 200. No. 1.
- Greenberg, Paul. 2010. *Customer Relationship Management at The Speed of Light*. Berkeley: Mc-Graw Hill.

- Hotman Panjaitan. 2017. "Impact of Satisfaction and Customer Engagement as Intervening Variable on Customer Loyalty: Study at XL Resto & Cafe Surabaya Indonesia". *International Journal of Business and Management Invention*. Vol 6. No 9.
- Imam Ghozali. 2011. *Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ivanauskiene, Neringa., dan Volungenaite, Justina. 2014. "Relations Between Service Quality and Customer Loyalty: An Empirical Investigation of Retail Chain Stores in Emerging Markets". *American International Journal of Social Science*. Vol 3. No 2.
- Jarvelin dan Lehtinen. 2004. *The Role of Emotional Satisfaction in Service Encounters: Managing Service Quality*. Dalam Wong, Amy. Bedford.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disetasi, dan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama. Cetakan 1. Jakarta: Kencana Media Perdana Group.
- Komar Hariyanto. 2014. "Faktor-Faktor Penentu Kualitas Hubungan dan Kedekatan Hubungan dalam Pemberian Layanan Kredit Perbankan Kepada Usaha Mikro serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah". *Journal of Business and Banking*. Vol 4. No 2.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indonesia: PT. Index.
- _____. 2009. *Marketing Management*. Twelfth Edition. Indonesia: PT. Indeks.
- _____. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Macintosh, Gerrard. 2007. "Customer Orientation, Relationship Quality, and Relational Benefits to the Firm". *Journal of Services Marketing*. Vol 21. No 3. pp 150-159.

- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mudrajad Kuncoro. 2001. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Nejad, Leila Rahmani., Firoozbakht, Zahra., dan Taghipoor, Amin. 2014. "Service Quality and Customer Loyalty (Case Study: Banking Industry in Iran)". *Open Journal of Social Sciences*. Vol 2. pp 262-268.
- Rashid, Saeed., Lodhi, Rab Nawaz., Mukhtar, Alhaj Muhammad Junaid., Hussain, Sarfraz., Mahmood, Zahid., dan Ahmad, Moeed. 2013. "Factors Affecting Consumer Purchase Decision in Clothing Industry of Sahiwal, Pakistan". *World Applied Sciences Journal*. Vol 24. No 7. pp 844-849.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sulibhavi, Basavaraj, dan K. Shivashankar. 2017. "The Impact of Brand Image on Customer's Loyalty Towards Private Label Brands: The Mediating Effect of Satisfaction. Hubli-Dharwad Conglomerate City of Karnataka", *International Journal of Marketing & Financial Management*. Vol 5. No 8.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

<https://ningkymunir.wordpress.com/2017/12/09/cgv-blitz-melebarkan-sayap-menggenjot-pertumbuhan/>