

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 19.0 maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas jasa berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan nasabah PT.Pegadaian (Persero) di Surabaya. Yang berarti bahwa semakin tinggi kualitas jasa yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan .
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan PT. Pegadaian (Persero) di Surabaya. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero), maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas para nasabahnya.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap niat pelanggan untuk beralih pada PT. Pegadaian (Persero) di Surabaya. Artinya, Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan Nasabah, maka semakin tinggi pula niat pelanggan (Nasabah) untuk beralih.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang diantaranya adalah:

1. Jumlah responden yang pada awalnya ditentukan peneliti sebanyak 120 berubah menjadi 105 di karenakan faktor kriteria yang tidak sesuai dengan ketentuan serta ada beberapa kuesioner yang tidak kembali. Selain itu faktor gengsi juga menjadi hambatan bagi peneliti.
2. Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuesioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti jawaban dari responden tidak jujur dan kurang telitinya responden dalam membaca pernyataan di dalam kuesioner dikarenakan kurangnya keaktifan peneliti dalam mengontrol responden. Selain itu, pihak pegadaian pusat menolak permohonan izin peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi serta menyebarkan kuesioner di sekitar PT. Pegadaian (Persero) dengan alasan PT. Pegadaian masih dalam proses perpindahan dari Perum menjadi Persero. Oleh karena itu, peneliti dengan terpaksa melakukan penyebaran kuesioner secara diam-diam di sekitar pegadaian cabang kapasan, serta menyebarkan kepada kerabat terdekat seperti keluarga, tetangga yang menjadi nasabah PT. Pegadaian (Persero).

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Saran Bagi PT. Pegadaian (Persero)

Berdasarkan hasil penelitian, hendaknya PT. Pegadaian (Persero) mampu meningkatkan kinerja perusahaan baik dari segi fasilitas hingga kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Adapun fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan yaitu nasabah merasa bahwa suku bunga yang diterapkan PT. Pegadaian masih dianggap terlalu besar. Selain itu hendaknya PT. Pegadaian mampu bersaing secara berani dan terbuka dengan membuka kantor cabang bersebelahan dengan koperasi, Bank, maupun lembaga keuangan penyaluran kredit yang lain. Ada pula nasabah yang menginginkan pegadaian hendaknya lebih berani untuk jemput bola dan terbuka. Misal saja layanan dengan mobil keliling, *Survey* serta melakukan transaksi dirumah nasabah dengan harapan nasabah bisa merasakan kepekaan PT. Pegadaian Persero dalam melayani nasabah dalam segala situasi. Nasabah juga berharap, PT. Pegadaian (Persero) bisa lebih fleksibel lagi terhadap negosiasi jumlah angka taksiran yang diajukan oleh nasabah. Serta, nasabah menginginkan agar PT. Pegadaian mampu menyediakan teknologi informasi mengenai info barang atau surat berharga yang di gadaikan oleh nasabah secara *real time*.

Jika dilihat dari sisi tanggapan responden, peneliti ingin memaparkan tiap-tiap indikator dalam variabel yang memiliki nilai *mean* terkecil.

1. KJ 4 : Pernyataan pada KJ 4 menggambarkan bahwa karyawan PT. Pegadaian (Persero) memiliki etika yang baik. Setelah diketahui bahwa KJ 4 memiliki nilai mean paling kecil dalam variabelnya yaitu 4.06, Peneliti berharap agar PT. Pegadaian (Persero) mampu meningkatkan standarisasi etika yang telah diterapkan. Agar

nasabah bisa merasakan kualitas jasa PT. Pegadaian (Persero) memang *professional*.

2. KP 3 : Pernyataan pada KP 3 menggambarkan bahwa nasabah merasa puas akan jasa keuangan yang disediakan oleh PT. Pegadaian (Persero). Setelah diketahui bahwa KP 3 memiliki nilai *mean* paling kecil dalam variabelnya yaitu 3.92, Peneliti berharap agar PT. Pegadaian (Persero) mampu untuk terus meningkatkan kinerjanya dalam hal penyaluran kredit. Akan tetapi, Peneliti ingin menyarankan agar rentang waktu pengambilan barang yang digadaikan ataupun jangka waktu pinjaman hendaknya di perpanjang.
3. LP 3 : Pernyataan pada LP 3 menggambarkan bahwa nasabah akan menyarankan PT. Pegadaian (Persero) kepada seseorang yang sedang terhimpit masalah keuangan. Setelah diketahui bahwa LP 3 memiliki nilai *mean* paling kecil di dalam variabelnya yaitu 3.86, Peneliti berharap agar PT. Pegadaian (Persero) mampu lebih peka lagi terhadap keinginan nasabah supaya tetap loyal dan nasabah mampu mencerminkan kepada orang lain bahwa Pegadaian mampu mengatasi masalah tanpa masalah itu memang benar adanya.
4. NPUB 3 : Pernyataan pada NPUB 3 menggambarkan bahwa nasabah ingin beralih ke pegadaian swasta yang menawarkan produk dan jasa lebih baik. Setelah diketahui bahwa NPUB 3 memiliki nilai *mean* terkecil di dalam variabelnya yaitu 3.87,

Peneliti berharap agar PT. Pegadaian (Persero) tidak kehilangan nasabah, hendaknya pegadaian melakukan kegiatan promosi yang tidak kalah gencar dengan pegadaian swasta yang menawarkan bunga rendah bahkan tanpa agunan.

2. Saran bagi penelitian yang akan datang
 - a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih sesuai dengan asumsi *Goodness-of-Fit* Indeks, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah teori yang mampu mendukung dan menyempurnakan model. Misal saja seperti kepercayaan, *Switching cost*, *Word of Mouth* dsb.
 - b. Hendaknya peneliti selanjutnya menambahkan pertanyaan terbuka mengenai barang jenis apa yang sering digadaikan. Agar terdeteksi lebih kuat mengenai informasi nasabah yang sering menggadaikan perhiasan, elektronik, maupun surat berharga.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, Liza dan Carolina. 2011. “ *Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan*”.
- A, Parasuraman. 1990. *Delivering Quality Service*. New York : The Free Press
- Assael, H. 1995. *Customer Behavior % Marketing Action, 5th edition*. Cincinnati, Ohio : South Western College Publishing.
- Atanila, Christian. 2012. *Mengapa Pelanggan kita yang Puas Malah Membeli Produk Dari Pesaing Kita*. (online) [http://www.slideshare.net/iyan200486/mengapa-pelanggan-kita- yang-puas-malah-membeli-produk-dari-pesaing-kita](http://www.slideshare.net/iyan200486/mengapa-pelanggan-kita-yang-puas-malah-membeli-produk-dari-pesaing-kita), 9 Agustus 2013)
- Diehl, K. dan Gillman, R. 1999. *Why Your Customer Switch?. Public Utility Fortnightly*. April 15, pp. 37-40.
- Dharmmesta, B. S. 1999. “Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3, h. 73-88.
- Ferdinand, Augusty, 2000, *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Stratejik*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertai Doktor*. Ed.1-cet 1. Semarang: BP UNDIP
- 2006. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertai Doktor*. Ed.4. Semarang: BP UNDIP
- 2006. *Metode penelitian manajemen~Pedoman penelitian untuk penulisan Skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Ed.2. Semarang: BP UNDIP
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan.*: Jakarta: Erlangga
- 2007, *Customer Loyalty*, Edisi Revisi dan Terbaru, Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cet. 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____ 2008. *Structural Equation Modeling*. Semarang: BP UNDIP.

- _____ 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver 19.0*. Semarang : BP.UNDIP
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta
- 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung, CV. ALFABETA.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama
- Iriani, Setyo, Sri (UNIKOM). 2013. Bab 2 Kajian, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Pustaka (Online). (http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/595/jbptunikompp-gdl-sentosamal-29721-9-unikom_s-i.pdf, diakses 9 Agustus 2013)
- Juliansyah Noor, 2010 *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Juga, Jari. , Jouni Juntunen, dan David. B Grant. 2010. *Service Quality and its Relation to Satisfaction and Loyalty in Logistics Outsourcing Relationship*. *Emerald Insight*. Pp 496-510
- Junaidi, S. dan Dharmmesta, B.S. 2002. “Pengaruh Ketidakpuasan Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol 17, no. 1.
- Kertayasa B, Martin. 2013. *Nasabah Turun, Pegadaian Cetak Laba*. *Okezone*. (Online), (<http://economy.okezone.com/read/2013/03/27/278/782061/nasabah-turun-pegadaian-cetak-laba-rp1-47-t>, diakses 5 April 2013)
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 1*. Milenium ed. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta: Indeks.
- Maholtra, Nares K. 2009. *Riset Pemasaran (Bahasa Indonesia)*. Ed. 4. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Milang, Rahmadina. 2007. “*Analisis Pengaruh Switching Cost Terhadap Switching Intention Konsumen GSM. Pascabayar: Studi Kasus Pengguna Kartu Halo Telkomsel Di Jakarta.*”

- Menon, S. dan Khan B.E. 1995. “*The Impact of Context on Variety-Seeking in Product Choices*”. *Journal of Consumer Research*, 22, pp. 285-295
- Mohsan, Farzan , Mohammad Musarrot Nawaz, M. Sarfraz Khan, Zeeshan Shaukat, dan Numan Aslam. 2011. “*Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intention to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan*”. *Internatinal Journal of Business and Social Science*. (September). Vol 2 No 16
- Noor, Juliansyah. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Palilati, A. 2004. Pengaruh Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Etnik Bugis. *Jurnal Manajemen*. Vol. 1 No. 2
- Prabowo, Budi. 2008. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. ASTRA Surabaya.
- Ratih, Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan ketiga. Bandung: Alfabeta
- Santoso, Singgih, & Tjiptono, Fandy. 2001. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- S.M. 1995. “*Customer Switching Behavior in Services Industries : An Exploratory Study*”, *Journal of Marketing*. Vol. 59, pp. 71-82.
- Santoso, Singgih,dan Tjiptono, Fandy. 2001. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo
- Satria. 2011. Pengertian Loyalitas Konsumen. (Online), (<http://id.shvoong.com/social-sciences/psychology/2177045-pengertian-loyalitas-konsumen/#ixzz20gWmtXn>, diakses 7 April 2013)
- Sanjaya, Adrian. 2013. Omset Gadai di Pegadaian Lesu di Januari. (Online), (<http://koranindonesia.com/2013/02/18/omzet-gadai-di-pegadaian-lesu-di-januari/>, diakses 22 April 2013)
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2004. *Perilaku Konsumen*, Ed.7. Jakarta: Penerbit PT. Indeks
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Ed.2 . Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Solimun (2005), *Aplikasi Software Amos: Structural Equation Modeling*
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang : Penerbit Bayu *Media Publishing*.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. *Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvarindo
- Van Trijp, H.C.M. Wayne D.H. dan Inman, J.J. 1996. *Why Switch? Product Category-Level Explanations for True Variety-Seeking Behavior*, *Journal of Marketing Research*, 33 (August), pp. 281-292.
- Wei-Ming Ou, Chia-Mei Shih,ChinYuan Chen,Kuo-Chang Wang 2011. "Relationship among customer loyalty programs,service quality,relationship quality and loyalty". *Journal Management Chinese Studies*. (Mei). Pp194
- Zikmund, William G. 2003. *Exploring Marketing Research 8th Edition*. USA, Ohio: South Western, A Division of Thomson Learning-205