

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan pada pelanggan Pizza Hut di Surabaya dengan melibatkan 150 responden telah diuji dan menemukan beberapa hasil untuk menjawab hipotesis-hipotesis yang telah diangkat. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut di Surabaya
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan Pizza Hut di Surabaya bila dimoderasi oleh *word of mouth*.
3. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara retensi pelanggan dengan loyalitas pelanggan Pizza Hut di Surabaya.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara retensi pelanggan dengan loyalitas pelanggan Pizza Hut di Surabaya bila dimoderasi dengan *word of mouth*.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara loyalitas dengan niat pembelian kembali produk Pizza Hut di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dari kejadian-kejadian yang dilakukan di lapangan selama penelitian berlangsung, terdapat beberapa keterbatasan dan kekurangan dari penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini kurang diporsikan secara lebih merata pada wilayah Surabaya Pusat, Surabaya Selatan, Surabaya Utara, Surabaya Timur, dan Surabaya Barat.
2. Keterbatasan lain yaitu dalam pembahasan variabel hanya membahas variabel kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, loyalitas pelanggan, *word of mouth*, dan niat pembelian kembali. Sedangkan dalam hubungan antara 5 variabel yang diteliti masih terdapat variabel lain yang dinilai dapat saling mempengaruhi variabel yang diteliti.

5.3 Saran

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk peneliti selanjutnya:
 - a. Disarankan untuk menambah jumlah responden dan menyebarkan kuesioner secara lebih merata menurut lokasi, pekerjaan, usia, pendapatan per bulan, dan latar belakang pendidikan, agar bisa mendapatkan hasil mengenai kecenderungan karakteristik responden tertentu dalam menyikapi dan berperilaku.
 - b. Sebaiknya membahas juga mengenai hubungan langsung kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian kembali, hubungan langsung retensi pelanggan terhadap niat pembelian kembali, serta peran loyalitas sebagai mediasi.
 - c. Sebaiknya menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, nilai yang dirasakan, serta WOM negatif, yang dirasa memiliki hubungan dengan variabel yang telah dipakai, mengingat bila membahas mengenai

perilaku konsumen cenderung tidak akan sama persis terkait dengan karakteristik responden dan waktu penelitian.

2. Bagi Pizza Hut di Surabaya

- a. Memanfaatkan hasil penelitian ini, terutama pada hubungan langsung antara retensi pelanggan dengan loyalitas pelanggan, baiknya Pizza Hut di Surabaya lebih meningkatkan lagi cara eksekusi retensi pelanggan, atau mencari cara lain untuk lebih fokus pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- b. *Word of mouth* merupakan sebuah aktifitas diluar kendali perusahaan namun berdampak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sebaiknya mengikuti budaya yang sedang diminati konsumen dengan lebih fokus dan membenahi masalah *word of mouth* yang sedang terjadi. Walaupun dinilai *word of mouth* negatif yang sedang beredar tidak mempengaruhi loyalitas konsumen, namun *word of mouth* dinilai sebagai variabel yang bisa memperkuat variabel lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Augusty, Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bodo Lang. 2013. Word of Mouth: What We Know and What We Have Yet to Learn. New Zealand: *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*.
- Cengiz dan Yayla, 2007, The Effect of Marketing Mix on Positive Word of Mouth Communication : Evidence from accounting Offices in Turkey. *Journal of Innovative Marketing*, Vol 3. No. 4, p. 73-82
- Faizan Mohsan, Muhammad Musarrat Nawaz, M. Sarfraz Khan, Zeeshan Shaukat, Numan Aslam, 2011, Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. USA. *International Journal of Business and Social Science*.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam, Latan Hengky. 2014. *Partial Least Square : Konsep, Metode dan Aplikasi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. PT. Buku Seru. Jakarta.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Hume, Margee and Gillian Sullivan Mort. 2008. *The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customersatisfaction on repurchase intent in the performing arts*. *Journal of Services Marketing*. Pp 170-182.
- Inamullah Khan. 2012. Impact of Customers Satisfaction And Customers Retention on Customer Loyalti. *International Journal of Scirntific & Technology Research Volume 1*.
- Jillian C. Sweeney, Geoffrey N. Soutar dan Tim Mazarrol. 2005. *The Differences Between Positive and Negativ Word-of-Mouth-Emotion As A Differentator*. ANZMAC 2005 Conference: Consumer Behavior. Australia

- Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2007. *Marketing management*. 13 th edition. Pearson, Prentice, Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Ketler. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Latan, H., & Ghozali, I. 2012. *SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT Index.
- Mowen, John, C., dan Minor, M., 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Nha Nguyen, Andre Leclerc, Gaston LeBlanc. 2013. *The Mediating of ustomer Trust on Customer Loyalty*. Moncton: Journal of Service Science and Management.
- Ratih Hurriyati, Irna Widiastuti. 2008. Pengaruh Pemasaran Eksperiensial Terhadap Retensi Pelanggan pada Pengunjung *Resort & Spa* Kampung Sampireun Garut. Garut: *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*.
- Rosady, Ruslan. 2010. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Customer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Seiedeh Nasrin Danesh, Saeid Ahmadi Nasab, Kwek Choon Ling. 2012. The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust, and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia. *International Journal of Business and Management*.
- Sugiarto. 2012. Analisis Pengaruh *Trust In Online Store, Perceived Risk, Attitude Towards Online Purchasing* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Fashion* di Surabaya. *Jurnal ekonomi dan bisnis*.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfa Beta.
- Sundaram, S., Scharz. A., Jones E and Chin W. W. 2007. "Technology Use on The Front Line : How Information Technology Enchanes Individual Performance".
- Tamilla Curtis, Russell Abratt, Dawna Rhoades and Paul Dion. 2011. *Custome Loyalty, Repurchase and Satisfaction: A Meta-Analitical Review*.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Uma, Sekaran. 2006. *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Uma, Sekaran. 2013. *Research Methods For Business*. United Kingdom: Wiley.

Zohreh Dehdashti Shahrokh, Nushin Oveisi, and Syyed Mahdi Timasi. 2013. The Effects of Customer Loyalty on Repurchase Intention in B2C E-commerce- A Customer Loyalty Perspective. *TextRoad Publication Journal of Basic and Applied Scientific Research*.

