

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan menggunakan SPSS maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Kualitas pelayanan, nilai yang dirasa, dan kepuasan pelanggan secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Persewaan Alat Pesta “SUYONO” di Surabaya.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Persewaan Alat Pesta “SUYONO” di Surabaya hal ini dapat diketahui dari H_0 yang menyatakan kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang ditolak, sehingga H_1 dapat diterima dan telah teruji kebenarannya.
3. Nilai yang dirasa secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Persewaan Alat Pesta “SUYONO” di Surabaya hal ini dapat diketahui dari H_0 yang menyatakan Nilai yang Dirasa tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang diterima, sehingga H_1 ditolak.
4. Kepuasan pelanggan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Persewaan Alat Pesta “SUYONO” di Surabaya hal ini dapat diketahui dari H_0 yang menyatakan Kepuasan pelanggan tidak

mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang diterima, sehingga H_1 ditolak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adapun keterbatasan penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Pada penelitian yang dilakukan menggunakan jenis data primer dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Pengisian kuesioner oleh responden tidak semuanya didampingi oleh peneliti sehingga apabila responden tidak memahami item pernyataan atau pertanyaan maka kemungkinannya adalah tidak mendapatkan informasi yang lengkap tentang pernyataan atau pertanyaan yang ada, sehingga responden tidak memiliki kesamaan persepsi tentang pernyataan atau pertanyaan.
2. Beberapa responden dari penelitian ini menggunakan jasa Persewaan Alat Pesta “SUYONO” hanya sekali, sehingga responden dirasa kurang mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh Persewaan Alat Pesta “SUYONO” yang dapat berpengaruh terhadap jawaban atas pernyataan atau pertanyaan kuisisioner yang diberikan oleh peneliti.
3. Dalam pertanyaan umum, peneliti tidak menanyakan apakah responden pernah menggunakan jasa dari persewaan selain Persewaan Alat Pesta “SUYONO” sehingga sulit untuk melakukan analisis variabel nilai yang dirasa, utamanya menyangkut perbandingan atas layanan dari 2 (dua) tempat sewa.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait yaitu :

1. Bagi Persewaan Alat Pesta “SUYONO”

Kualitas Pelayanan

- a. Persewaan Alat Pesta “SUYONO” disarankan melakukan pengawasan alat pesta ketika di tempat acara sehingga keluhan pelanggan tentang kehilangan barang bisa diatasi atau diminimalisir jumlah kehilangannya.
- b. Persewaan Alat Pesta “SUYONO” disarankan melakukan *stock opname* supaya perusahaan dapat mengetahui kapasitas alat pesta yang dapat digunakan oleh pelanggan.
- c. Persewaan Alat Pesta “SUYONO” disarankan melakukan perbaikan dalam hal kelengkapan kerja seperti seragam, sepatu, dll, agar kualitas dari perusahaan dan keselamatan karyawan tetap terjaga.

Nilai yang Dirasa

- a. Persewaan Alat Pesta “SUYONO” disarankan membuat Standar Operasional Perusahaan dan Instruksi Kerja sehingga alur kerja dapat terorganisasi dengan baik.
- b. Persewaan Alat Pesta “SUYONO” disarankan memperbaiki *time management* sehingga keluhan berkaitan dengan keterlambatan pengiriman barang dapat dimimalisir.

Kepuasan Pelanggan

Persewaan Alat Pesta “SUYONO” disarankan meningkatkan standar kebersihan alat pesta sehingga keluhan pelanggan tentang kebersihan alat pesta bisa segera teratasi.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

- a. Peneliti disarankan lebih memperhatikan lagi variabel-variabel lain di luar model dalam penelitian ini serta mengkaji ulang penelitian ini dan membandingkan dengan penelitian terdahulu serta mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan obyek penelitian yang berbeda serta menambah jumlah indikator agar lebih *explorative*.
- b. Peneliti sebaiknya mendampingi pada saat penyebaran kuesioner kepada responden sehingga dapat membimbing responden untuk menjawab serangkaian pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dan memperoleh jawaban yang jelas.
- c. Peneliti sebaiknya memilih responden yang benar-benar mengetahui layanan dan kualitas dari Persewaan Alat Pesta “SUYONO” sehingga responden dapat memberikan jawaban yang jelas dan mengurangi jawaban bias terhadap item pertanyaan yang diajukan.

DAFTAR RUJUKAN

Arfan Ikhsan. 2008. *Metodologi Penelitian: Akutansi Keprilakuan*. Graha Ilmu : Yogyakarta.

Augusty Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Universitas Diponegoro : Semarang.

Fandy Tjiptono. 2004. *Total Quality Management (TQM)*. Edisi Kelima. Andi Offset : Yogyakarta.

Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Hume, Margee dan Gilian Sullivan Mort. 2008. "The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction on repurchase intent in the performing arts". *Journal of Service Marketing*, Vol. 24 No. 2 : April 2008 pp. 170-182.

<http://tribunnews.com/bisnis/2013/09/05/persaingan-bisnis-hotel-semakin-sehat> (Diakses tanggal 31 Oktober 2013)

Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.

Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana : Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Ketler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Erlangga : Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas jilid 1. Erlangga : Jakarta.

Mudrajat Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga : Jakarta.

Malhotra, Narest K. 2009. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat Jilid 1. Indeks : Jakarta.

Molinari, Lori K., Abratt, Russell., Dion, Paul. 2008. "Satisfaction, quality, and value and effects on repurchase and positive word-of-mouth behavioral intentions in a B2B service context". *Journal of Service Marketing Vol. 22 No. 5 : 2008 pp.363-373*

Rosady Ruslan. 2010. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Salemba Empat : Jakarta.

Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Prentice Hall : Jakarta.

Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu : Yogyakarta.