

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut terdiri dari

1. CRM dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen Karaoke Happy Puppy di Surabaya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. CRM dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada Karaoke Happy Puppy di Surabaya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada lamanya ijin penelitian yang dikeluarkan oleh manajemen perusahaan Happy Puppy dan singkatnya waktu penelitian. Penelitian hanya terbatas pada tiga tempat karaoke yang tersebar di wilayah Surabaya sehingga kemampuan untuk mendapatkan gambaran konsumen yang loyal masih kurang. Penelitian ini memiliki kerancuan didalam pernyataan yang disebar dan antar indikator hampir sama dengan yang lain dalam kuesioner, sehingga responden menjadi bingung dengan apa yang diinginkan oleh kuesioner tersebut. Jumlah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner adalah

sebanyak 30 pertanyaan, sehingga responden tidak focus dalam memberikan jawaban.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan simpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Karaoke Happy Puppy di Surabaya

Diharapkan agar Karaoke Happy Puppy di Surabaya tetap memperhatikan indikator CRM khususnya yang berkaitan dengan data konsumen. Keberadaan data konsumen memungkinkan Happy Puppy untuk memantau dan melihat secara jelas keadaan konsumen, mengingat semakin ketatnya persaingan industri karaoke di Surabaya. Demikian juga dalam kualitas layanan, diharapkan agar Karaoke Happy Puppy di Surabaya selalu mengevaluasi akan layanan secara keseluruhan baik dari kinerja karyawan maupun fasilitas dan kelengkapan peralatan karaoke agar konsumen tetap merasa puas dan akan setia mengunjungi Karaoke Happy Puppy di Surabaya.

2. Peneliti Lain

Untuk meningkatkan akurasi instrumen penelitian, peneliti selanjutnya diharapkan memperbaiki jumlah item pertanyaan dan memperbaiki kalimat untuk mengukur variabel CRM, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan.

Untuk pengembangan ilmu dan pengetahuan, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan faktor-faktor selain CRM dan kualitas layanan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Yusak, 2011. Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal of Banking and Bisnis*.(Maret). Pp 15-18
- Ehsan Malik, NaeemB.,et. al 2011. Impact Perceived Service Quality On Banking Customers' Loyalty. *Journal of Conteporary Research in Business* .(Desember). Pp 2-20
- Jill Griffin. 2008. Customer Loyalty. *Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, L Kevin.2007. *Manajemen Pemasaran* :Edisi 13 Jilid 1. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- HermawanKartajaya. 2009. *On Services* :Edisi 9 Jilid 1. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Lowson-Body, Willoughby L., et. Al 2010. "Developing An Instrumen For Measuring E-Commerce Dimensions". *Journal of Computer Information System*.(April).
- Morisan. 2008. Manajemen Public Relations ; *Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Naeem, Zoune A., et. al. "Impact of Perceived Serviced Quality on Banking Customers' Loyalty". *Journal of contemporary in business*.3 (December). Pp 3-18
- Parvatiyar, Atul., and Sheth, Jagdish N., 2001, Preliminary Issue, "Customer Relationship Managejement : Emerging Practice, Process, and *Discipline*. *Journal of Economic and Social Research Marketing*. (agust). Pp 16-17
- Dwi Prayitno. (2009). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*.Yogyakarta : ANDI.
- Fredi Rangkuti. 2007. *Manajemen persediaan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Uma Sekaran. 2009. *Research Methods For Business*. Salemba Empat, Jakarta.
- SigitSoehardi. 2004. *Pemasaran praktis*. BPFE. Jogjakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Puguh Suharso. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktis*, Jakarta: Indeks.

FandyTjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Noer Soetantini. (beritasurabaya.net) 2012. Persaingan Ketat, Bisnis Happy Puppy Terus Tumbuh, diakses tanggal 5 November 2011.

www.happy-puppy.co.id, diakses tanggal 9 November 2011

[.www.surabayatourism.com](http://www.surabayatourism.com). Diakses tanggal 12 November 2011.

Putra Meunafa (www.slideshare.net) 7 oktober 2010. Teknik pengambilan sampel, diakses tanggal 10 October 2013.