

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penilitian yang menggunakan variabel citra merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan Simpati sebagai objek serta menggunakan WarpPLS 7.0 sebagai alat analisa maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Simpati di Surabaya.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Simpati di Surabaya.
3. Citra merek tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Simpati di Surabaya.
4. Kualitas layanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Simpati di Surabaya.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Simpati di Surabaya

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Pada dasarnya saat melakukan kegiatan penelitian ini peneliti menyadari adanya keterbatasan penelitian. Keterbatasan itu antara lain:

1. Tidak semua kuesioner sesuai dengan kriteria yang diharapkan oleh peneliti. Seperti tidak meratanya jangkauan responden yang umurnya diatas 36 tahun.
2. Adanya pandemi COVID-19 yang membuat peneliti menyebarluaskan kuesioner menggunakan *Google Form* dimana peneliti tidak bisa menjelaskan secara

detail maksud dari pernyataan yang ada dalam kuesioner kepada semua responden.

### 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sekarang maka terdapat beberapa saran dan masukan yang diharapkan berguna untuk penelitian selanjutnya.

Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lainnya sebagai bentuk modifikasi model dari peneliti ini.
2. Peneliti disarankan memantau responden pada saat melakukan pengisian kuesioner.
3. Simpati sebagai penyedia jasa internet yang menjadi objek penelitian disarankan untuk lebih meningkatkan hubungan antar konsumennya dengan lebih memperhatikan keluhan yang terjadi di masyarakat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alma Buchari. 2015. “*Marketing Management and Service Marketing*. Seventh Print. Bandung: CV Alfabeta”.
- Anung Pramudyo. 2012. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan . Vol. I, No. 1, Agustus 2012. ISSN: 2252-5483. JBMA”.
- Anwar Sanusi. 2011. “*Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat”.
- Aaker, David. 2011. “*Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*. San Fransisco: Jossey Bass”.
- Conny Sondakh. 2014. “Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)”.
- Constantinos-Vasilios Priporas., Nikolas Stylos., Lakshmi Narasimhan Vedanthachari., & Pruitt Santiwatana. 2016. “*Service quality, satisfaction, and customer loyalty in Airbnb accommodation in Thailand*”.
- Fandy Tjiptono. 2015. “*Marketing Services*. First Edition. Malang, Jawa Timur: Bayu Media Publishing”.
- 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 Ghazali dan Hengky Latan. 2014. “*Partial Least Squares Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 4.0*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.
- Koo, Dong-Mo. 2003. “Inter-Relationships Among Store Image, Store Satisfaction, and Store Loyalty Among Korea Discount Retail Patrons”. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*. ABI/Form Logal. Vol 15. pp 42-71
- Kotler, Philip. 2009. “*Marketing Management*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia”.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- \_\_\_\_\_. 2012. “*Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc”.
- Mudrajad Kuncoro. 2001. “*Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group”.
- Saleem, H., dan Raja, N. S. 2014. “The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty”. *Middle-East Journal of Scientific Research*. Vol 19. No 5. pp 706-711

- 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.
- Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta".
- Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta".
- Setiawan, Heri dan A. Jalaluddin Sayuti (2017). "Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia".
- Tatik Suryani. 2013. "Perilaku Konsumen di Era Internet. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu".
- Vazques-Carassco, R., dan Foxall, G.R. 2006. "Influence of Personality Traits on Satisfaction, Perception of Relational Benefits, and Loyalty in A Personal Service Context". *Journal of Retailing and Consumer Service*. Vol 13. No 3. pp 205-219.
- Wu, P.C.S., G.Y.Y. Yen., dan C.R, Hsiao. 2011. "The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands". *Australasian Marketing Journal*. Vol 19. pp 30-39