

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka diajukan beberapa kesimpulan penting yaitu:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Soraya Berjaya Indonesia
2. Kepercayaan merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Soraya Berjaya Indonesia.
3. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Soraya Berjaya Indonesia.
4. Kepercayaan merek berpengaruh positif loyalitas pelanggan pada PT. Soraya Berjaya Indonesia.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Soraya Berjaya Indonesia.
6. Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Soraya Berjaya Indonesia .
7. Kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Soraya Berjaya Indonesia.

5.2 Implikasi

Sejalan dengan uraian kesimpulan yang telah dijelaskan diatas maka diajukan beberapa implikasi praktis penting bagi:

1. Perusahaan terus mencoba untuk meningkatkan kualitas produk seperti meningkatkan mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Perusahaan di harapkan dapat mempertahankan kepercayaan merek seperti memberikan kualitas produk yang bagus kepada pelanggan untuk meningkatkan pembelian bagi pelanggan secara berulang-ulang agar perusahaan dapat menjaga loyalitas pelanggannya.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah diselesaikan saat ini masih memiliki sejumlah keterbatasan yang harus diperbaiki oleh peneliti dimasa mendatang yaitu:

1. Penelitian saat ini dilakukan pada perusahaan swasta, sehingga diharapkan bagi peneliti di masa medatang untuk menggunakan perusahaan atau instnsi yang dikelola oleh pemerintah, BUMN dan corporate yang dikelola oleh asing melalui *sistem join venture*.
2. Pada penelitian ini model analisis menggunakan variabel mediasi (*intervening*), hasil yang diperoleh belum cukup akurat, sehingga mendorong peneliti untuk menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel moderasi.

3. Ukuran sampel yang digunakan pada riset ini relatif kecil, sehingga mempengaruhi akurasi dan ketepatan hasil penelitian, oleh sebab peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menggunakan instansi lain yang memiliki ukuran sampel yang lebih besar.
4. Peneliti dimasa mendatang diharapkan menambahkan variabel baru yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti menggunakan variabel *brand image*, *brand loyalty* dan berbagai variabel lainnya. Saran tersebut penting untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, R. 2013. "Mediation Effects on Customer Satisfaction and Service Quality Product Quality of Customer Loyalty". *Journal of Contemporary Research in Business*.5(6). pp: 735-745.
- Agustina, N., Fauzi, A.D.H. dan Nuralam, I.P., 2018, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, biaya Beralih, dan kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas pelanggan" *Jurnal JAB* Vol. 64 No. 1
- Agussalim, Ali. (2017). *Model Kepuasan Pelanggan Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Grand Citra Raya Jakarta*.
- Andreas, C. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Arfad. (2015). Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Merek HP Nokia, *TEMA*, Vol. 6. Edisi 2, hal.104-118.
- Ariani, D.W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Andreas, C. & Yuniati, T. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai variabel intervening" *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 5, Mei 2016. ISSN : 2461-0593
- Andjarwati, Chusniaartiningsih. (2019). Pengaruh kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 7 Nomor 1.
- Asraf. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 2(1), 61–72.
- Asgharian.R., M. Salehi, Z. S. Salehi, R. Hojabri, and M. Nikkheslat. 2012. "Green product quality, green customer satisfaction, and green customer loyalty". *International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT)*, 2(5): pp: 499-503.
- Baisyir Fauzi. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* Volume 9, Nomor 2, Mei 2021 : 191-201 ISSN Cetak : 2337-3997 ISSN Online : 2613-9774.

- Barnes, James G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management*. Penerbit Andi. Jakarta.
- Barnes, James. (2003). *Secrets of customer relationship management*. Penerbit Andi. Yogyakarta,.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management*. Bayu Media Publishing : Malang
- Cahyono NE dan Fahmi S. (2020) Pengaruh Kualitas Produk, kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace di Kota Malang). Vol.1, No.4, Juli 2022
- Cengiz, E. (2010). Measuring Customer Satisfaction: Must Or Not. *Journal of Naval Science and Engineering*, 6(2), 76–88.
- Consuegra, *et al.* 2007. An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis In The Service Sector. Emerald Group Publishing Limited. *Journal of Product and Brand Management*, Volume 5(13), pp. 5118-5126, 4 July, 2011.
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alema'n, J. L. (2005). Does brand trust matter to brand equity? *Journal of Product & Brand Management*, 14(3), 187–196.
- Delone, W. H., & Mclean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Djumarno, Sjafar., O., & Djamaluddin, S. 2017. The Effect of Brand Image, Product Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Business Marketing and Management*, 2(10), 2456–4559. Retrieved from www.ijbmm.com
- Enggarwati. P. (2017). Pengaruh citra merek, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 1-8.
- Etta dan Sopiah, (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Fang, Shan. 2014. Empirical Study of Influential Elements of University Students E-satisfaction. *International Journal of Business and Sosial Science*.5(6), 122 – 129.
- Fauzi Baisyir, 2021, Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen *Hand Body Lotion*, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 9, Nomor 2, Mei 2021 : 191-201

- Fauzi M Rayan dan mandala Kastawan. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No.11, 2019 : 6741-6761 ISSN : 2302-8912 DOI:
- Gaspersz, Vincent. 2008. *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, M. 2013. Perilaku Organisasi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi. Jakarta: Salemba Empat
- Griffin, Jill. (2009). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga. Jakarta.
- Gerson, R.F. 2010. Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Layanan Bermutu. Edisi pertama. Jakarta.
- Gultom Dedek Kurniawan, Arif Muhammad dan Fahmi Muhammad. 2020. Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen e-ISSN 2623-2634*.
- Gunawardane, N. R. (2015). Impact of Brand Equity towards Purchasing Decision: A Situation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka. *Journal of Marketing Management*, 3(1), 100-117.
- Hair, Joseph E, Jr et al. (2014). *A primer on Partial Least Squares Structural Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. California. USA
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Ed. 2). United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). 2(2).
- Halim, Peter (2014) *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Produk Elektronik Merek Sharp Di Provins)*. Doktor thesis, Universitas Brawijaya.
- Husain, T. (2017). Blog sebagai Media Interaktif untuk Memposisikan Toko Online Berdasarkan Urutan Search Engine Optimization (SEO). *Teknologika*, 7(2), 69-76.

- Irnanda Aris. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan jasa Pengiriman jalur darat.
- Jamilah, R. S., & Habra, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk kosmetik Hermina. *Movere*, 4 No.1
- Jeremia Kolonio & Djurwati Soepeno. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal Emba Vol.7 No.1 Januari 2019*, Hal. 831 – 840
- Julianto L, (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Trio Estro Kasual di Kota Batam. Universitas Putera Batam.
- Junai Al Fian. 2016. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No.6, Juni 2016 ISSN 2461-0593.
- Keller Kotler. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran*. edisi 6. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kennedy, M. S., Ferrell, L. K., & LeClair, D. T. (2001). Consumers' Trust of Salesperson and Manufacturer: An Empirical Study. *Journal of Business Research*, 51(1), 73–86.
- Khairul Huda, Oni dan Nugroho, Teguh Arief. 2020. Pengaruh Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek.
- Khoironi, T. A., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). Product Quality, Brand Image and Pricing to Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 51–58.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga..
- Lovelock, C., & Wright L. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* (PT Indeks, Ed.). Jakarta: Gramedia.
- Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Serta Word Of Mouth terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng

- Banyuwangi.COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting, 1(2), 269282.
- Parthady, Rahyuda. (2019). Peran Kualitas Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Produk dan memediasi Harga dengan Loyalitas Pelanggan. Vol. 8, No. 5, 2019. ISSN : 2302-8912
- Peppers, Don and Martha Rogers. 2004. *Managing Customer Relationship: A Strategy Framework*. John Willey & Sons. Inc. New Jersey.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2003). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New York: Pearson Education International.
- Priansa Doni Juni. (2021). *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung, Alfabeta.
- Quintania, Sasmitha. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). Vol 20 No 1, 26-38 ISSN : 1141 – 2973.
- Rangkuti, RA. (2021) Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Di Kota Medan).
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2018). Kepercayaan Merek dan Brand Affect Sebagai Antecedent dari Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi*, XVIII(1), 16-22.
- Riyan Fauzi Muhammad Dan Mandala Kastawa (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 11, 2019 : 6741-6761
- Rizki Zulfikar.(2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dektsuhu D Cihampales Cililin.
- Saputri Eka, Sumporo dan Ila Hayani. 2020. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan ;Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol. 4, No. 2, Desember 2020: 231 – 240
- Sari, F. (2018). *Metode dalam Pengambilan Keputusan* (1st Ed.). : Deepublish (CV Budi Utama). Sleman
- Sekaran, Uma. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Shimp, Terence A 2014, *Komunikasi Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. edisi Kedelapan, Jakarta, Salemba Empat, Jakarta.
- Sony Mohammad dan Arif Zakiyuddin. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian, *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* Vol. 8 No. 2. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (25th ed.). Bandung, ID: Alfabeta.
- Tirtayasa, Satria, Daulay Ardini, 2021. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Konstruksi Bengkel LasDi Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19”. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011), *Pemasaran Jasa*, Jatim: Bayumedia
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Trilaksono, A. R., Husain, T., & Doharma, R. (2020). Uji Model Keberhasilan Sistem Informasi: Media Penyimpanan Google Drive. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi (JTSIA)*, 3(2), 57-63.
- Utami, A. A., Khasanah, I., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–9.
- Warusman, J. D., & Untarini, N. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Anggota Komunitas Sepeda Motor Honda Vario 125cc di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2), 35-41.

- Widiyanti, W., & Retnowulan, J. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Wisata Edukasi D’Kandang Depok. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 64-73.
- Yamit, Z. (2013). Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zailani, A. U., Husain, T., & Budiyantra, A. (2020). Analisis Simulasi Sistem Penunjang Keputusan: Model Matematis Dengan Pendekatan Goodness-of Fit Berbasis Structural Equation Model. *SMARTICS Journal*, 6(1), 10-16.
- Zeithaml, Valerrie A. dan Mary jo Bitner. (2008). Service Marketing. The McGroe Hill Company Inc. New York.