

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Make Over.
2. Nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Make Over.
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Make Over.
4. Nilai pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Make Over.
5. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Make Over.
6. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan Make Over.
7. Kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan Make Over.

5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki kelemahan atau kekurangan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti miliki. Beberapa keterbatasan dan saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Penelitian ini dilakukan pada masa pandemic dan masa pembatasan sosial (PPKM) sehingga mempengaruhi jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, oleh sebab itu bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama ketika pandemic sudah berakhir, dan masa pembatasan kegiatan masyarakat diluar rumah sudah berakhir sehingga dapat mendorong adanya jumlah responden yang lebih banyak, yang tentunya mempengaruhi akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
2. Metode analisis yang digunakan lebih mengacu pada analisis secara deskriptif sehingga mempengaruhi hasil penelitian yang diperoleh, oleh sebab itu peneliti dimasa mendatang harus mencoba mengelaborasi pendekatan deskriptif dengan kuantitatif untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh dimasa mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang disampaikan penulis untuk peneliti dan pembaca selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pelanggan produk lain.
2. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, R., Leifu, G., Yasirrafiq, M., & Hassan, M. (2015). *Role Of Perceived Value, Customer Expectation, Corporate Image And Perceived Service Quality On The Customer Satisfaction | Ali | Journal of Applied Business Research (JABR)*. 31(4), 1425–1436.
- Ang, S. H., Leong, S. M., & Kotler, P. (2000). *The Asian Apocalypse: Crisis Marketing for Consumers and Businesses. Long Range Planning*.
- Atalik, O., & Arslan, M. (2014). A Study to Determine the Effects of Customer Value on Customer Loyalty in Airline Companies Operating: Case of Turkish Air Travellers. *International Journal of Business and Management*, 4(6), 154–162.
- Bailia, soegoto dan loindong. (2014). *Jurnal EMBA. Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Candra, S., & Juliani, M. (2018). Impact of E-Service Quality and Customer Value on Customer Satisfaction in LocalBrand. *Binus Business Review*, 9(2), 125.
- Chaeriah, E. S. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Samsung(Studi Pada Mahasiswa Magister Manajemen UNKRIS). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3).
- chaudary, javed, khan, ahmad, khalil, A. (2017). Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management*, 05(1), 23–33.
- Edwards, D., Griffin, T. T., Dredge, D., Jamal, T., Eagles, P. F. J., Saarinen, J., ... Frawley, S. (2013). Editorial Board. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*.
- Ehsani, Z., & Ehsani, M. H. (1991). Effect of quality and price on customer satisfaction and commitment in Iran auto industry. *International Journal of Flexible Manufacturing Systems*, 3(3–4), 251–274.
- Gale, S. J., & Hoare, P. G. (1994). Reply: Bulk sampling of coarse clastic

- sediments for particle-size analysis. *Earth Surface Processes and Landforms*.
- Ghozali, M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Ilmu & Riset Manajemen*, 3(1), 1–18.
- Goodman, S. G., Menon, V., Cannon, C. P., Steg, G., Ohman, E. M., & Harrington, R. A. (2008). Acute ST-segment elevation myocardial infarction: American College of Chest Physicians evidence-based clinical practice guidelines (8th edition). *Chest*.
- Gurowo, chiguvi dan. (2012). The impact of the recent banking crisis on customer loyalty in the banking sector. *The TQM Journal*, 24(6), 480–497.
- Hami, suharyono dan hidayat. (2016). DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pengguna sepeda motor Honda Vario all variant di service center Honda AHASS Sukma Motor Jalan Sigura-gura Barat Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(1), 81–89.
- Hammad, S. A., Jusoh, R., & Ghozali, I. (2013). Decentralization, perceived environmental uncertainty, managerial performance and management accounting system information in Egyptian hospitals. *International Journal of Accounting and Information Management*.
- Hanifah, H. Z., & Fitriah, E. (2008). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Pengguna Kartu Sehuler Di Kota Bandung). 88–92.
- Ikasari, A. U., Suryoko, S., & Nurseto, S. (2013). KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang) PENDAHULUAN Latar Belakang Pada era globalisasi ini di indonesia yang didalamnya terjadi perkembangan kehidupan manusia yang semakin pesat dan padat dan diiringi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.
- Irawan, D., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., & Sadeq, K. S. M. (2011). Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(7), 57–66.
- Jamaluddin, J., & Ruswanti, E. (2017). Impact of Service Quality and Customer

- Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(05), 23–33. <https://doi.org/10.9790/487x-1905012333>
- Keegan, K. G. (2007). Evidence-Based Lameness Detection and Quantification. *Veterinary Clinics of North America - Equine Practice*. Kotler dan Armstrong. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. In *Erlangga*.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 000).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta: Indeks*.
- Magdalena. (2010). Strategi Pemasaran & Perilaku Konsumen. *Aspek Bisnis & Manajemen*, 2(2), 240–256.
- Magdalena, M. (2014). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah KPR BTN Pada PT. Bank Tabungan Negara TBK. Cabang Padang. *Pengaruh Kepuasan Nasabah*, 2(2), 240–256.
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). Loyalitas Pelanggan , Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–75.
- maria dan anshori. (2013). Konsumen King Cake. *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*, (1), 50–51.
- Palilati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. *Journal Marketing*.
- Rasheed, F. A., & Abadi, M. F. (2015). Impact of Service Quality, Trust and Perceived Value on Customer Loyalty in Malaysia Services Industries. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164(August), 298–304.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 30(2012), 59–68.
- Saravanakumar, C., & Arun, C. (2014). Survey on interoperability, security, trust, privacy standardization of cloud computing. *Proceedings of 2014 International Conference on Contemporary Computing and Informatics, IC3I 2014*.

- Sudjana, J., Magnin, L., García-Patrón, R., & Cerf, N. J. (2007). Tight bounds on the eavesdropping of a continuous-variable quantum cryptographic protocol with no basis switching. In *Physical Review A - Atomic, Molecular, and Optical Physics* (Vol. 76).
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Syarifuddin Hasan. (2014). *Analisis Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Kasus Pada BMT Cengkareng)*. XXIX(1), 561–565.
- Tjiptono. (2007). Strategi Pemasaran, edisi kedua.
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran (ketiga). In *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Tjiptono, Fandy. (2000). Manajemen Jasa. In *Andi, Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1136/qhc.11.3.233>
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2005). Manajemen Kualitas Jasa. *Yogyakarta. ANDI*. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>
- Wijanarko, K. S. (2014). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Menggunakan Smartphone Samsung Galaxy Series Di Kota Palu. *E-Jurnal Katalogis, Vol. 2*(7), 34–46.