

## **BAB V**

### **SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITI**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang analisis pengaruh kualitas layanan, nilai, kepuasan pelanggan dan citra terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di DIY, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, diperoleh hasil bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H1 ditolak.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, diperoleh hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap citra, sehingga H2 diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, diperoleh hasil bahwa nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H3 ditolak.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, diperoleh hasil bahwa citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H4 diterima.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5, diperoleh hasil bahwa citra tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga H5 ditolak.
6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga H6 ditolak.

## **B. Saran**

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, perlu dilakukan penelitian dengan melihat perilaku konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan dengan menggunakan obyek yang berbeda sehingga mendapatkan hasil yang lebih beragam.
3. Bagi Garuda Indonesia, hasil dari penelitian ini dapat menginformasikan kepada konsumen yang belum menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

## **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai keterbatasan atau kelemahan antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan kepada responden yang berada pada satu kota saja di Indonesia yaitu Yogyakarta. Sehingga mengurangi kemampuan dalam menggeneralisir hasil penelitian.
2. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh kualitas layanan, nilai, kepuasan pelanggan dan citra terhadap loyalitas pelanggan yang belum menunjukkan pengaruh keseluruhan terhadap loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adona, Fitri. 2006. Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi.  
Padang: Andalas University Press.
- Arikunto.2010. Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Christina Esti Susanti. 2009. “The Influence Of Image And Customers Satisfaction Towards Consumers’ Loyalty To Traditional Foods In Surabaya”. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 4. No. 1. April: 1-10.
- Dyah, dkk. 2009. “Bantuan Ekspor dan Faktor-Faktor Internal sebagai Anteseden Bagi Adaptasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Ekspor”. Jurnal Aplikasi Manajemen, Volume 8, Nomor 4, November 2010.
- Gerson, Richard. F. 2004. Mengukur Kepuasan Pelanggan, PPM, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Penerbit: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2014. Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0, Semarang, BadanPenerbit UNDIP
- Gratner Group. [http://www.slideshare.net/fananifaiz/mengukur-kepuasan pelangg an](http://www.slideshare.net/fananifaiz/mengukur-kepuasan-pelanggan).Diakses tanggal 8 Oktober 2015 pk 22.50 WIB.
- Hair, et al., 1995. *Multivariate Data Analysis with Reading 4<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ihalauw. 2004. <http://allofyousearch.blogspot.co.id/2014/11/statistik-dan-penelitian.html>.Diakses tanggal 7 Januari 2016 pk 13.00 WIB.
- Kotler P. & Garry Amstrong. 2008. Principles of Marketing 12th edition Prentice Hall International by Pearson Education.
- Mardikawati, dkk.2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan. Purwokerto: Jurnal Administrasi Bisnis.
- Olson, Peter. 1993. Consumer Behavior and Marketing Strategy, Richard D. Irwan Inc, Boston, Third Edition.
- Parasuraman, A. 1988. SERVQUAL; A Multi Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. Journal of Retailing, 64; 12-40.

- Parasuraman A, VA Zeithaml, & LL Berry. 1996. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49; 41-50.
- Santoso, Singgh, 2012, Analisis SEM menggunakan AMOS, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saputra, Falla I. 2013. Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan. Malang: Jurnal Aplikasi Manajemen.
- Sekaran, 2003. <http://www.scribd.com/doc/136225933/Jumlah-Sampel-Minimum#scribd>. Diakses tanggal 25 November 2015 pk 08.14 WIB.
- Subagio, dkk. 2012. Pengaruh *Perceived Service, Perceived Value, Satisfaction dan Image Terhadap Customer Loyalty* (Studi Kasus Garuda Indonesia).
- Sudiyarto, Model Perilaku Pelanggan Terhadap Produk Makanan Cepat Saji (*Fast Food*) dan Makanan Tradisional. Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Sukandi. 1996. Strategi Diferensiasi pada PT Merpati Nusantara (Suatu Study Diferensial Layanan melalui Penerapan Budaya Layanan) Karya Akhir Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sutanto, A.R. 2008. Pengaruh *Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Apartemen di Kota Surabaya*. Surabaya: Majalah Ekonomi
- Sekaran. 2003. <http://www.scribd.com/doc/136225933/Jumlah-Sampel-Minimum#scribd>. Diakses tanggal 25 November 2015 pk 08.14 WIB.
- Tangkilisan. 2007. <https://horrorthe.wordpress.com/2013/03/03/pengertian-kepuasan-pelanggan/>. Diakses tanggal 8 Oktober 2015 pk 22.30 WIB.
- Tjiptono, Fandi. 2011. Pemasaran Jasa. Jawa TIMUR: Bayumedia Publishing.
- Wijayanti, Nina. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Jakarta.
- Zeithaml & Bitner. 2000. <https://horrorthe.wordpress.com/2013/03/03/pengertian-kepuasan-pelanggan/>. Diakses tanggal 8 Oktober 2015 pk 22.15 WIB.
- Zeithaml L., Valerie A., A. Parasuraman., Leonardo L. Berry. 1988. Servqual a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality, *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-37.