

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan pada bab 4 dan 5, maka dapat diperoleh kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya. Bab 6 akan membahas penarikan kesimpulan dan saran yang dihasilkan oleh penelitian ini.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil penelitian yang telah diperoleh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menghasilkan 2 buah segmen yaitu kelompok orang yang tidak terlalu mementingkan kenyamanan dan orang yang mementingkan kenyamanan. Profil yang dapat digunakan dalam penentuan segmen adalah usia dan pekerjaan. Konsumen dengan usia lebih kecil dari 30 tahun cenderung berada pada segmen pertama dan konsumen dengan usia minimum 30 tahun cenderung berada pada segmen kedua. Konsumen dengan pekerjaan sebagai wirausahawan cenderung berada pada segmen kedua, sedangkan yang bekerja selain wirausahawan cenderung berada pada segmen pertama.
2. Penelitian ini menghasilkan model pengukuran kualitas jasa untuk setiap segmennya. Model pengukuran kualitas layanan pada segmen pertama terdiri dari 5 dimensi, yaitu lingkungan fisik, interaksi, waktu menunggu, faktor sosial, dan proses. Model pengukuran kualitas layanan pada segmen kedua

3. terdiri dari 3 dimensi, yaitu interaksi, kemudahan, dan lingkungan fisik. Model pengukuran dapat dilihat pada gambar 4.6 dan 4.7.
4. Kualitas layanan memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen.
5. Kepuasan konsumen memiliki hubungan dengan loyalitas konsumen.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Menggunakan ukuran *sample* yang lebih besar dalam perancangan atau pengembangan model kualitas layanan lainnya.
2. Menambahkan model lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Babakus, E. dan Boller, G.W. (1992), "An Empirical Assessment Of The SERVQUAL Scale", *Journal of Business Research*, Vol. 24, pp. 253-268.
- Boyer, K.K., Hallowell, R. and Roth, A.V. (2002), "E-services: Operations Strategy – A Case Study And A Method For Analyzing Operational Benefits", *Journal of Operations Management*, Vol. 20 No. 2, pp. 175-88.
- Brady M.K. dan Cronin, J.J. 2001, 'Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach', *Journal of Marketing*, vol. 65, pages 34-39.
- Brown, S.W., Bitner, M.J., dan Meuter, M.L. (2000), "Technology Infusion in Service Encounters", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28, Witner, pp. 138-149.
- Chase, R.B. (1978), "Where does the customer fit in a service operation?", *Harvard Business Review*, Vol. 56, November-December, pp. 137-42.
- Cronin, J.J. dan Taylor, S.A. 1992, "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extention", *Journal of Marketing*, Vol.56, pp. 55-68.
- Dabholkar, P.A., Bobbitt, L.M. and Lee, E-J. (2003), "Understanding consumer motivation and behaviour related to self-scanning in retailing: implications for strategy and research on technology-based self-service", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14 No. 1, pp. 59-95.
- Dabholkar, P.A., Shepherd, C.D. dan Thorpe, D.I. (2000), "A Comprehensive Framework For Service Quality: An Investigation of Critical Conceptual

- And Measurement Issues Through A Longitudinal Study”, *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, Summer, pp. 131-139.
- Dabholkar, P.A., Thorpe, D.I. and Rentz, J.O. (1996), “A measure of service quality for retail stores”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24, pp. 3-16.
- Ghozali, I. (2002), *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, hlm. 133.
- Gronroos, C. (1982), *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*, Marketing Science Institute, Cambridge, MA.
- Gummesson, E. (1979), “The Marketing of Professional Services – An Organisational Dilemma”, *European Journal of Marketing*, Vol. 13 No.5.
- Hair Jr., J.F., Black W.C., Babin, B.J., dan Anderson R.E. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th ed.*, Pearson Prentice Hall.
- Ivy, Jonathan. (2008), “A New Higher Education Marketing Mix: The 7Ps for MBA Marketing”, *International Journal of Educational Management*, Vol. 22 No.4, pp. 288-299.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Meuter M.L., Ostrom A.L., Rountree R.I, dan Bitner M. (2000), “Self-service Technologies: Understanding Customer Satisfaction With Technology-based Service Encounters”, *Journal of Marketing*, vol. 64, pages 50-64.
- Oliver, R.L. (1980), A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, November, pp. 460-469.

- Page, T.J. dan Spreng, R.A. (2002), "Difference Scores Versus Direct Effects In Service Quality Measurement", *Journal of Service Research*, Vol. 4 No.3, 1 February, pp. 184-192.
- Parasuraman A., Zeithaml V., dan Berry E.L. (1990), *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (1985), "A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (1988), "SERVQUAL: A Multi-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, pp. 12-40.
- Pollack B.L. (2009), "Linking The Hierarchical Service Quality Model to Customer Satisfaction and Loyalty", *Journal of Services Marketing*, vol. 23/1 pp. 42-50.
- Reynolds, J. 2000, *The Complete E-Commerce Book: Design, Build and Maintain a Successful Web-Based Business*, CMP Books, New York, NY.
- Reynolds K.E. dan Arnold M.J. 2000, "Customer Loyalty to The Salesperson and The Store : Examining Relationship Customers in an Upscale Retail Context", *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol 20 No.2, pp. 89-98
- Rowley, J. (2006), "An Analysis of e-service literature: towards a research agenda", *Internet Research*, Vol.16 No.3, p.339-359.

- Rust, R.T. and Oliver, R.L. (1994), "Service Quality: Insights And Managerial Implications From The Frontier", in Rust, R.T. and Oliver, R.L. (Eds), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA, pp. 1-19.
- Santos, J. (2003), "E-service quality: a model of virtual service quality dimensions", *Managing Service Quality*, Vol. 13 No. 3, pp. 233-246.
- Santoso, S. (2002), *Structural Equation Modeling (SEM): Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2002), *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schultze, U. (2003), "Complementing Self-serve Technology With Service Relationships: The Customer Perspective", *E-service Journal*, Vol. 3 No. 1, pp. 7-31.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2010), *Research Methods for Business A Skill Building Approach 5th ed.*, A John Wiley and Sons Ltd, United Kingdom
- Thomas, D.R.E. (1978), "Strategy is Different in Service Businesses", *Harvard Business Review*, Vol. 56, July-August, pp. 158-64.
- Yang, Z. (2001), "Consumer Perceptions of Service Quality in Internet-based Electronic Commerce", *Proceedings of the 30th EMAC Conference*, 8-11 May, Bergen.