

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Setelah melakukan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, selanjutnya akan dilakukan penarikan kesimpulan terhadap rumusan masalah yang sudah ditentukan pada bab I

#### **V.1 Kesimpulan**

Pada subbab ini, akan dibahas mengenai jawaban terhadap rumusan masalah yang sudah ditentukan pada bab I. Rumusan masalah yang dicari adalah terkait tentang faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas, bagaimana persepsi siswa Kelas Musik terhadap faktor yang mempengaruhi loyalitas, dan usulan untuk memperbaiki pelayanan Kelas Musik. Berikut merupakan jawaban terhadap tiga rumusan masalah yang dicari.

1. Faktor yang mempengaruhi loyalitas dibagi menjadi dua kategori yaitu faktor yang mempengaruhi loyalitas secara langsung dan faktor yang mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung. Untuk faktor yang mempengaruhi loyalitas secara langsung diantaranya adalah faktor kepuasan murid dan corporate image. Sementara itu, faktor yang mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung diantaranya adalah kualitas jasa dan faktor corporate image juga.
2. Persepsi murid Kelas Musik terhadap faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah mereka berpandangan bahwa untuk faktor kepuasan murid, hal yang mempengaruhi apakah mereka akan melanjutkan untuk les kembali di Kelas Musik atau tidak adalah terkait mengenai harga yang kurang terjangkau dan tata letak ruangan yang dianggap kurang baik bila dibandingkan dengan tempat les lain yang sudah ternama di Bandung. Sementara itu, untuk faktor corporate image, murid Kelas Musik beranggapan bahwa Kelas Musik kurang memiliki pengaruh pada masyarakat terutama pada masyarakat yang tertarik untuk mengikuti les musik
3. Usulan yang diberikan terkait dengan perbaikan pelayanan Kelas Musik untuk meningkatkan loyalitas adalah dengan cara memanfaatkan

Youtube Channel yang sudah dimiliki Kelas Musik dan menambahkan fitur online chat dan online reminder dari admin Kelas Musik.

## V.2 Saran

Setelah memberikan kesimpulan pada subab sebelumnya, pada subab ini akan dipaparkan mengenai saran yang diharapkan dapat dipertimbangkan untuk melakukan penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

1. Dimensi kepuasan murid dan *corporate image* sebaiknya dijadikan *independent variable* agar akar masalah yang belum tereksplorasi dapat ditemukan.
2. Penelitian terhadap perilaku konsumen juga dapat dilakukan untuk memahami pengaruhnya terhadap loyalitas murid Kelas Musik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J.L.(1999) The Malleable Self: The Role of Seld-Expression in Persuasion- Journal of Marketing Research, Vol. 36, Issue1, pp 45-58
- Amalia Lia (2013). Analisis Hubungan Kepuasan Dengan Loyalitas Konsumen Terhadap Sepeda Motor Yamaha Vixion Pada Bengkel Abadi Motor Kebon Jeruk Jakarta Barat, Jurnal Ekonomi, Vol. 4 No 2
- Anderson, E., Fornell, C., & Rust, R.(1997). Costumer satisfaction, productivity, and profitability: Differences between goods and services. *Marketing Science*, 16(2), 129-145.
- Ashfort, B.E., Mael, F. (1989) Social Identity Theory and the Organization.- Academy of Management Review, , Vol. 14, No.1, pp 20-39.
- Bayton, J.A. (1959). *Researching the corporate image*. Public Relation, 4(10), 3–8
- Behara, R.S., Fonetenot, G.F., & Gresham, A.B. (2002). *Costumer Process Approach to Building Loyalty*. Total Quality Management
- Bhote, K.R. (1996). *Beyond costumer satisfaction to costumer loyalty: The key to greater profitability*. Chicago: Amacom
- Bolton, R. an Drew, J.H.(1991). A multistage model of consumer' assessment of service qualityand value. Journal of Consumer Research, 17(4), 375-384
- Gerson , Richard F., (1993). *Measuring Costumer Satisfaction*, Crisp Publications, Inc..
- Griffin, J. (1997). *Costumer Loyalty: How to Earn it, How to keep it*. New York: Jossey-Bass.
- Hair, Joseph F. Jr. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).SAGE Publications, Inc.
- Hair, Joseph F. Jr. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 2e.SAGE Publications, Inc.
- Herliza,Radita ; Saputri, Marheni Eka (2016).Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara di Mall PVJ Bandung. Vol.3 No.2

- Jones, T., & Sasser, E. (1995). *Why Satisfied Customer Defect*, Harvard Business Review.
- Kim, C.K., Han, D., Park S. (2001) The effect of brand personality and brand identification on brand loyalty: Applying the theory of social identification- Japanese Psychological Research, Vol.43, No4, pp.195-206
- Knight, P.T. (2002). Summative assessment in higher education: Practice in disarray. *Studies in Higher Education*, 27(3), 275-286
- Kotler, Philip.(1997).Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. PT.Prehallindo. Jakarta
- Oliver, R. L. (1999) Whence Consumer Loyalty?- *Journal of Marketing*, Vol. 63, pp. 33-44.
- Panasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994) Alternatives scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Marketing*, 70(3), 201-230
- Pramudyo.(2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). Dalam Jurnal JBMA Vol-1. No 1. Agustus 2012 Yogyakarta: Akademi Manajemen Administrasi.
- Rahmadani, Rizky Arinda (2016).Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Harga Dengan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* Vol.5 No.1
- Reichheld, F. F.(2003) The One Number You Need to Grow- *Harvard Business Review*, 6, Vol. 81, Issue 12, pp.46-55
- Rupiyono, Leo Agung (2009), Kursus Musik Bagi Anak:Antara Idealisme dan Komersialisme. *Jurnal Musik Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana* Vol 1. No. 2
- Santoso, Septiadi (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol.2 No.6

- Syamsi,(2008).*Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar*.Jurnal Ekonomi &Pendidikan.Vol 5 Nomor1.
- Tidwell,P.M., Horgan, D.D. (1993). Brand Character as a function of brand loyalty.- *Current Psychology*, , Vol.11,Issue 4, pp.346-353
- Walters, C.G. (1978). *Consumer behavior: An integrated framework*. New York: Richard D. Irwin.
- Wilson, B.G. (1996) *Constructivist learning environments: Case studies in instructional design*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publication
- Wilson A., Zeithamal V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. (2008) *Services Marketing*, McGraw-Hill Education
- Yen-Ku Kuo & Kung-Don Ye (2009) *The Causal Relationship Between Service Quality , Corporate Image and Adults' Learning Satisfaction and Loyalty: A Study of Professional Training Programmes in A Taiwanese Vocational Institute*, *Total Quality Management & Business Excellence* .
- Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. (2006) *Services marketing*, 4<sup>th</sup> edition, McGraw-Hill.
- Zeithaml, Valeri A., Parasuraman, A., Berry, Leonard L., (1990). *Delivering Quality Service*. Maxwell Macmillan Canada, Inc..