

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi variabel kualitas layanan, 81,06%, periklanan adalah 76,51%, kepuasan pelanggan adalah 74,48%, serta loyalitas pelanggan adalah 83% pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Oepura adalah tinggi.
2. Hasil uji t variabel kualitas layanan adalah sebesar 0,000, periklanan adalah sebesar 0,027, kepuasan pelanggan 0,013 yang berarti secara parsial berpengaruh signifikan loyalitas pelanggan.
3. Hasil uji F variabel kualitas layanan, periklanan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,000 yang artinya secara simultan berpengaruh signifikan loyalitas pelanggan.
4. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 82,80% keputusan pembelian pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Oepura yang merupakan kontribusi dari 3 (dua) variabel bebas yaitu kualitas layanan, periklanan dan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 17,20% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Untuk meningkatkan loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Oepura, maka dibuat beberapa saran sebagai berikut :

1. PT. Pegadaian Cabang Oepura sebaiknya memperhatikan indikator yang dalam penelitian ini menurut jawaban responden paling rendah yaitu pada pernyataan mengenai ruang tunggu yang nyaman, bersih dan interior yang bagus lebih diperhatikan dengan baik.
2. Sebaiknya perusahaan meningkatkan kualitas layanan dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan, meningkatkan sarana dan prasarana kantor, memperbaiki sarana komunikasi dan telekomunikasi.
3. PT. Pegadaian (Persero) Cabang Oepura perlu meningkatkan faktor periklanan karena variabel ini mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Meningkatkan faktor periklanan ini dengan cara membuat kegiatan promosi yang lebih sering dan didesain lebih menarik, melakukan penataan kembali gambar dalam ruangan. Cara lain meningkatkan faktor periklanan adalah menambah media promosi melalui iklan di media masa dan media elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alida Palianti. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. *Journal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9, no. 1, maret 2007: 73-81
- Aryani dan Rosinta, 2010 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* VO.17.No.2
- Faries Hizrian Effendy (2017), pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen pada dealer motor honda di surabaya. *Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Freddy Rangkuti. 2006. *Measuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga PT. Granedia Pustaka Utama. Jakarta
- Gujarati, N Damodar. 2003. *Basic Econometrics. Four Edition. New York : The McGraw Hill Companies Inc..*
- Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan (cetakan ke 11)*. PT Gramedia, Jakarta.
- Kotler Philip, and Gary Armstrong, 1990. *Marketing Management. Fifth Edition, Published by Pearson Prentice Hall, New Jersey*. Herujati Purwoko (Alih Bahasa) 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 5. Penerbit PT. Intan Sejati. Klaten
- Kotler dan Keller, 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Benyamin Molan (terjemahan) *marketing Management* Edisi Kedua Belas Jilid Satu. PT. Mancana Jaya Cemerlang Jakarta

- Liung, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Lupioyadi, Rambat, dan Hamdani, A., 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Ladhari, et al., 2011, meneliti tentang “*Determinants of loyalty and recommendation: The Role of Perceived Service Quality, Emotional Satisfaction and Image*”.
- Lestari, Tri Suris. 2014. Pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan pada PT. Ekklesia Mandiri Tour & Travel Kupang
- Lovelock, C dan Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan Kedua, Jakarta; PT. INDEKS.
- Lupioyadi, Rambat, dan Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mamang, Sangadji Etta dan Sopiiah. 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Margaretha, M. 2004. Studi mengenai loyalitas pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. iii, No. 3
- Mulyatari dan Anindita 2017 *Pengaruh Periklanan dan Citra Merek terhadap loyalitas konsumen* English Course EPLC Bandung
- Nardiman, Yasri .2015. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Adira Finance di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi, Edisi 7. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Rachmad Hidayat. 2009. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank mandiri*” Journal Manajemen dan Kewirausahaan, vol.11, no. 1, Maret 2009:59-72
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS. Jogjakarta.

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Edisi Kedua Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sudarwati, dkk. 2017. Pengaruh Periklanan, Personal Selling, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di PT. Batik Semar Surakarta) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Indonesia
- Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Swastha, dan Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi kedua. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Schiffman Gary Leon and Kanuk Lazar Leslie, 2000. *Consumer Behavior*. Seven Edition, Prentice Hall International, Inc. New York. Zoelkifli Kasip (alih Bahasa) 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Penerbit PT. Indeks. Jakarta
- Swastha Basu, dan Irawan, 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung, Alfabeta Hal 13-402.
- Sembiring, dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Universitas Sumatera Utara. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera utara
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Penerbit PT. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta,
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vanessa ,Gaffar. 2007. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.