

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan Hipotesis statistik yang disusun diterima dimana H_1 ditolak dan H_0 diterima, atau kepercayaan yang dibangun pihak Konveksi Aria Kaos Gorontalo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Konveksi Aria Kaos Gorontalo.

Instrumen yang digunakan yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disusun melalui kuisioner mendapatkan tanggapan yang cukup “baik” dari responden/ pelanggan, yang menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan Konveksi Aria Kaos Gorontalo untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam kategori “baik”, namun belum bisa dikatakan sempurna mengingat masih banyak competitor lainnya yang memiliki strategi pemasaran seperti harga dan lokasi. Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh sebesar 24,9% terhadap loyalitas pelanggan di Konveksi Aria Kaos Gorontalo. Adapun sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi faktor lain.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar pihak Konveksi Aria Kaos Gorontalo serta pihak lainnya yang berkecimpung dalam industri konveksi, dapat mempertimbangkan setiap kebijakan dan kegiatan pemasaran untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan menjamin loyalitas pelanggan.
2. Agar penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi mengenai kegiatan pemasaran khususnya dalam hal kepercayaan dalam pemasaran.
3. Agar penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi industri dan peneliti lainnya mengenai kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainur Rofiq, 2007. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce*.
- Akbar, M.M., and Parvez, N. (2009). Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *ABAC Journal*. 29 (1) : 24-38.
- Ali, *et.al.*, 2014. The Impact of Nutrition on Child Development at 3 Years in a Rural Community of India. *International Journal of Preventive Medicine*, vol 5, no 4.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Barnes, J.G. 2011. *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Edisi 1. Andi Offset. Yogyakarta.
- Colquitt, J. A. et al, 2013. *Justice at the millennium, a decade later: A meta-analytic test of social exchange and affect-based perspectives*. *Journal Of Applied Psychology*, 98: 199-236.
- Cahyo. 2009. *Analisis pengaruh Kepercayaan Atas Merek Pada Ekuitas Merek*. *Jurnal Binsis dan Manajemen*, Vol.9 No.1
- Ferrinadewi, 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. *Jurnal Volume 15 No.2. Hal.4-5* Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Ghozali, Imam. 2013. *Analisis Multivariat dengan Program SPSS 21 Edisi* 7. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Erlangga. Jakarta.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jasfar.Farida.2010. *Manajemen Jasa Terpadu*. Penerbit PT. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Kotler dan Keller, 2012 *Marketing Managemen Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 . Erlangga. Jakarta.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Malik. Et al. 2012. "Impact of Loyalty Card On Customers Store Loyalty". Dalam *International Businees & Economic Research Journal Volume 6 No.2.Hal.72-82 Turkey: Cancava University*.
- Mulyo , Budi and Ukudi. 2007. *Pengaruh kualitas Produk, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.14, No2. Hal 215-227.

- Puspitasari, S. 2014. *Pengaruh Faktor Utilitarian dan Hedonisme Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Ibis Rajawali Surabaya*. Jurnal. Riset Manajemen : Volume 5, No7, Hal 81-84.
- Ratni Prima Lita, Pengaruh Pada Kepercayaan Komitmen Loyalitas Pelanggan, Jurnal Trikomika Vol.8 No.2, desember 2009 :Hal 71-77 (ISSN 1411-514X).
- Riduan. 2010. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Setiaji, Bambang, 2004. *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Program Pascasarjana UMS, 2004.
- Semuel. 2012. "Customer Relationship Marketing: Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 7 No. 1 (April). Pp 33-41
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi II*. Jakarta: Salempa Empat. Hal 57-200.
- Soeratno dan Arsyad. 2008. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung.

- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sulistiarini,E dan Sudarno. 2012. *Analisis faktor - faktor pergantian kantor akuntan publik*. Diponegoro journal of accounting,vol.1, no.2.
- Ukudi. 2007. *Pengaruh kualitas Produk, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah*.*Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.14, No2. Hal 215-227.
- Umar, Sekaran. 2000. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keempat. Penerjemah : Kwan Men Yon. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.