

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Lestari Car Wash Gorontalo. Hasil ini memberi dukungan terhadap hipotesis satu yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Arah positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara kepercayaan dengan kepuasan konsumen pada Lestari Car Wash Gorontalo. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena kepercayaan yang di berikan oleh Lestari Car Wash sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen
2. *Word Of Mouth* Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Lestari Car Wash Gorontalo. Arah positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara *Word Of Mouth* dengan Kepuasan Konsumen pada Lestari Car Wash Gorontalo. Ketika adanya *Word Of Mouth* dari Konsumen satu dengan Konsumen lainnya maka akan berdampak pada kepuasan konsumen karena di anggap bahwa konsumen tersebut puas setelah menggunakan jasa dari Lestari Car Wash Gorontalo.
3. Kepercayaan dan *Word Of Mouth* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan signifikansi uji F pada variabel kepercayaan dan *Word Of Mouth* secara

Bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen cuci mobil di Lestari Car Wash Gorontalo. Variabel Word Of Mouth mempunyai pengaruh terbesar hingga merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Word Of Mouth berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk memperhatikan kinerja pelayanan agar selalu unggul dibandingkan pesaing , serta lebih giat lagi untuk mempromosikan jasa pencucian Lestari Car Wash di Gorontalo melalui media-media elektronik dan medis masa.
2. Kepada pihak Lestari Car Wash agar berusaha mempertahankan kinerjanya dan senantiasa memperhatikan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen agar tercipta kesesuaian antara persepsi dan harapan konsumen, serta lebih meningkatkan kecepatan dalam proses pelayanan agar konsumen tidak terlalu lama menunggu.
3. Sebaiknya karyawan Lestari Car Wash berusaha meningkatkan kinerjanya agar konsumen merasa puas dan semakin yakin untuk menceritakan pengalamannya kepada orang lain setelah menggunakan jasa cuci mobil di Lestari Car Wash Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Jennifer dan Hatane Samuel. 2014. Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1, Hal 1-10. [https://media.neliti.com/media/publications/133683-ID-pengaruh-satisfaction -dan-trust-terhadap.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/133683-ID-pengaruh-satisfaction-dan-trust-terhadap.pdf)
- Angelia Ria Yessi, Miswanto. 2016. The Influence Of Costomer Satisfaction On Trust, Word Of Mouth, And Repurchase Intention. *Jurnal Science and Technology*. Hal. 303-313. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Influence-of-Customer-Satisfaction-on-Trust%2C-of-Miswanto-Angelia/20f9bfb0cce66d142b1d534a058bb0beade61c2c>
- Aribowo, D. P, Nugroho, M. A. 2013. Pengaruh Trust Dan Perceived Of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Nominal*. Vol. 1. No.3. Hal. 1–18. [https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/ article/view/1646](https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1646)
- Armstrong, Kotler 2015, *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition, England* : Pearson Education, Inc
- Babin, Barry. 2016. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekan Baru. *Jurnal Valuta* Vol. 4, No 1, Hal. 74. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/download/2534/1444/>
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, *Service Marketing* (3rd ed.), Tata McGraw
- Doney, P.M., dan Cannon, J.P. 1997, An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship. *Journal of Marketing*. Vol. 61, Hal. 35-51 <https://www.jstor.org/stable/1251829>
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Faris Mujaddid Adinugroho. 2015. Pengaruh kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, dan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket. *Jurnal Administrasi Manajemen*. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/23041>
- Ganesan, Shankar. 1994. Determinants of Long Term Orientation in Buyer-Seller Relationship. *Journal of Marketing*. Vol. 58, Hal. 1-19. [https://www.jstor.org/ stable/1252265](https://www.jstor.org/stable/1252265)
- Goldsmith, R, 2008, *Electronic Word of Mouth, E-commerce*, Idea Group Reference Global. Florida.

- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hughes, Robert J., dan Kapoor, Jack R. 2014. *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta, 12610.
- Jalaham Putra Afryan. 2016. *Exploration Of Word Of Mouth, Trust, and Price Factors For Satisfaction Of Customers who shop online*. Jurnal Emba. Vol 6. No. 4. Hal. 308-313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/21675/21379>
- Jalilvand, R, 2012, The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention. *Marketing Intelligence and Planning*. Vol.30.No 4. Hal. 460 - 476. http://www.na-businesspress.com/JMDC/TiltayMA_Web8_2_.pdf
- Kim, W.G. and Kim, H.B. 2004. Measuring Customer-based Restaurant Brand Equity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. Vol. 45. No. 2. Hal.115-131. https://www.academia.edu/896512/Measuring_customer-based_restaurant_brand_equity
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Manajement*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lovelock, Wirtz yang dikutip oleh Fandy Tjiptono. 2016. Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis*. Vol.3 No.2 , <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/index.php/E-Bis/article/download/124/75>
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan II. Indeks. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mayer et al. 1995. An Intergrative Model Of Organizational Trust. *The Academy Of Manajemen Review*. Vol.20. Hal. 709-734. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Morgan, Robert M., dan Shelby D. Hunt. 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol. 58. Hal. 20-38.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.

- Peter , J Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 2. Edisi 9 Salemba Empat. Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta
- Satmoko, Dwi Taufiq .2015. Pengaruh Kalitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://media.neliti.com/media/publications/101630-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-wor.pdf>
- Siagian, Cayono. 2014. Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 8 NO 2. <http://Jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19182>.
- Sibagaring, Vinson, Daniel. 2016 Analisi Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Doorsmeer. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 4. No 1. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/2766>
- Soedarmo, Hartoto. 2006. *Menjadi Kaya Dengan UKM Otomatif Roda Dua*. Tangerang: PT Agro Media Pustaka.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya
- Taghipourian, Javad, Mohammad. 2016 The Effect Of Costomer Satisfaction On Word Of Mouth Communication. *Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*. https://www.researchgate.net/publication/285954185_The_Effect_of_Customer_Satisfaction_on_Word_of_Mouth_Communication/link/571d315408aee3ddc56ac723/download
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Zeithaml, Valerie A, Bitner, Mary Jo, (2006:6). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York, Irwin Mc Graw Hill, Boston.