

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap model loyalitas pelanggan pada industri *airfreight forwarder* maka faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan dalam industri *aifreight forwarder* berturut-turut dari faktor yang memiliki hubungan paling signifikan adalah sebagai berikut:

1. *Customer Satisfaction* dengan variabel pembentuk sebagai berikut:

- *Perceived Quality* dengan variabel-variabel sebagai berikut berturut-turut dari variabel yang memiliki factor loading terbesar:

- *Overall quality*
- *Shipment's on time arrival*
- *Shipment's conformity with schedule*
- *On time invoice*
- *Employee's response*
- *Employee's manner*
- *Ease of documentation*
- *Fast schedule information*
- *Employee's availability*
- *Employee's knowledge*
- *Available service*

- *Perceived value* dengan variabel-variabel sebagai berikut:

- *Considered to be a good buy*
- *Good value for money*

2. *Image* dengan variabel-variabel sebagai berikut berturut-turut dari variabel yang memiliki factor loading terbesar:

- *Reputation*
- *Reliability*
- *Professionalism*

3. *Trust* dengan variabel-variabel sebagai berikut berturut-turut dari variabel yang memiliki factor loading terbesar

- *Care*
  - *Best price*
  - *Being reliable*
  - *Safety*
4. *Customer complaint* dengan variabel-variabel sebagai berikut berturut-turut dari variabel yang memiliki factor loading terbesar
- *Complaint handling satisfaction*
  - *Employee's treat when complaint*
  - *Compensation Offered*

## 5.2 Saran

Untuk dapat lebih mendapatkan keyakinan akan masalah penelitian ini, dapat dilakukan penelitian lanjutan sebagai berikut:

1. Menambah jumlah data/responden
2. Menambah keterkaitan hubungan antara variabel-variabel laten, dapat juga dijadikan dasar penelitian lanjutan hasil dari modifikasi model yang ada pada penelitian ini, bahwa ternyata terdapat variabel-variabel laten yang ditambahkan keterkaitan hubungan akan memperbaiki nilai *goodness of fit* dari model
3. Meneliti sejauh mana sensitivitas harga dalam pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.