

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yaitu *Mall Environment* berpengaruh positif terhadap *Mall value*, karena nilai *t-value* lebih besar daripada *cut off*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua yaitu *Mall Environment* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, karena nilai *t-value* lebih besar daripada *cut off*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga yaitu *Mall Environment* tidak berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, karena nilai *t-value* lebih kecil daripada *cut off*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ditolak.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat yaitu *Mall Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, karena nilai *t-value* lebih besar daripada *cut off*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima.
5. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima yaitu *Mall Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, karena nilai *t-value* lebih besar daripada *cut off*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima diterima.
6. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keenam yaitu *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, karena nilai

t-value lebih besar daripada *cut off* yaitu. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam diterima.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disarankan pada penelitian selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai variabel *Mall Value* sesuai dengan jurnal acuan dalam penelitian Adly dan Eid (2016) dengan obyek penelitian yaitu *mall*. Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden memiliki selisih enam responden. Pada penelitian selanjutnya diharapkan penelitian dapat menggunakan responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak, untuk mengetahui apakah jenis kelamin juga memberi pengaruh terhadap *Mall Value* dan untuk rentang berkunjung dapat dikurangi yang awalnya 6 bulan terakhir menjadi 3 bulan terakhir. Untuk jurnal yang digunakan pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari jurnal baru dan variabel baru, untuk mengetahui apakah pengaruhnya kecil atau besar.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka beberapa saran dapat disampaikan kepada manajemen Tunjungan Plaza Surabaya, yaitu:

1. Pada variabel *mall environment*, dapat menyiapkan tempat duduk yang lebih nyaman, agar para pengunjung *mall* dapat duduk dengan nyaman sembari menunggu keluarganya berbelanja.

2. Pada variabel *mall value*, dapat menyediakan tren, mode, dan gaya terbaru untuk setiap produk yang dijual, agar para pengunjung dapat mengikuti setiap perkembangan jaman.
3. Pada variabel *customer satisfaction*, dapat lebih meningkatkan kualitas keamanan dan kenyamanan *mall* agar para pengunjung memiliki pengalaman yang bagus dan merasa puas jika berkunjung ke *mall*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Chang, H.J., Eckman, Molly., Yan, R.N. 2011. Application of the Stimulus-Organism-Response model to the retail environment: the role of hedonic motivation in impulse buying behavior. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 21, No. 3, July 2011, 233–249.
- Dick, A.S., Basu, K. 1994. Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science* 22 (2), 99-113.
- El-Adly, M dan Eid. 2016. An Empirical Study of The Relationship Between Shopping Environment, Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty in The UAE . *Journal of Retailing and Consumer Services* Vol 31,217-277.
- Fuller, Johann dan Matzler, Kurt. 2008. Customer Delight and Market Segmentation: An Application of the Three-factor Theory of Customer Satisfaction on Life Style Groups. *Tourism Management* 29 (2008) 116-126.
- Ghozali, Imam H. dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modeling : Teori, Konsep, & Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, William C. Black., Babin. 2004. *Multivariate Data Analysis. Sixth Edition*. Pearson International Edition.
- Haj-Salem, Narjes., Chebat J.C., Michon, Richard., Oliveira, Sandra. 2000. Why male and female do not see mall loyalty through the same lens? The mediating role of self-congruity. *Journal of Business Research* (2015).
- McKercher, Bob., Denizci-Guillet, Basak., Ng, Erica. Rethinking Loyalty. 2012. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 2, pp. 708–734.
- Putera, A.D. 2016. 2016, Jumlah Pengunjung Mal pada Libur Lebaran naik 30-40 Persen. Tersedia di (<http://nasional.kompas.com/read/2016/07/08/13123131/2016.jumla>

h.pengunjung.mal.pada.libur.lebaran.naik.30-40.persen) diakses pada tanggal 11 Desember 2017..

Prihatsandhita, Dinda. 2015. Peran Pusat Perbelanjaan dalam Perkembangan Masyarakat Kelas Menengah di Indonesia. Tersedia di (<http://newurbanreview.com/city-voice/peran-pusat-perbelanjaan-dalam-perkembangan-masyarakat-kelas-menengah-di-indonesia/>) diakses pada tanggal 11 Desember 2017.

Rabbanee, F.K., Ramasehan, B., Wu, Chen., Vinden, Amy. 2012. Effects of Store Loyalty on Shopping Mall Loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services* 19 (2012) 271-278.

Srinivasan, S.S., Anderson, Rolph., Ponnawolu, Kishore. 2002. Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing* 78 (2002) 41-50.

Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan, Edisi Ke 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, 2007, *Statistika untuk penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Vieira, V.A. 2012. Stimuli-Organism-Response Framework: A Meta-analytic Review in The Store Environment. *Journal of Business Research* 66 (2013) 1420-1426.

Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling, Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel – PLS*, Jakarta: Salemba Empat.

Industri.Kontan. 2012. Kiprah Raja Mal Kota Pahlawan
<http://industri.kontan.co.id/news/kiprah-raja-mal-kota-pahlawan>