

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Reliabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Reliabilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya” dapat diterima.
2. Daya tanggap terbukti tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan “Daya Tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya” ditolak.
3. Jaminan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan “Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya” dapat diterima.
4. Empati terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan “Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya” dapat diterima.

5. Bukti fisik terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya. Dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan “Bukti Fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya” dapat diterima.
6. Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya. Dengan demikian hipotesis keenam yang menyatakan “Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan *Hypermart* Ciputra World Surabaya” dapat diterima.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapatkan, maka saran yang dapat disampaikan bagi:

1. Manajemen *Hypermart* Ciputra World Surabaya
  - a. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa reliabilitas memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi pelanggan. *Hypermart* Ciputra World Surabaya sudah memiliki reliabilitas yang baik bagi pelanggan. Oleh karena itu, *Hypermart* Ciputra World Surabaya, tetap harus mempertahankan ataupun meningkatkan reliabilitas yang lebih baik dari saat ini, yaitu dengan tetap menjaga kemampuan perusahaan untuk menyampaikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
  - b. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa daya tanggap memiliki peran yang kurang penting dalam mempengaruhi pelanggan. *Hypermart* Ciputra World Surabaya belum memiliki daya tanggap yang baik bagi pelanggan. Oleh karena itu, *Hypermart*

Ciputra World Surabaya harus meningkatkan daya tanggap yang lebih baik dari saat ini, yaitu dengan meningkatkan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

- c. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa jaminan memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi pelanggan. *Hypermart* Ciputra World Surabaya sudah memiliki jaminan yang baik bagi pelanggan. Oleh karena itu, *Hypermart* Ciputra World Surabaya, tetap harus mempertahankan ataupun meningkatkan jaminan yang lebih baik dari saat ini, yaitu dengan tetap meningkatkan kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan keramahan karyawan, sehingga dapat meningkatkan reputasi *Hypermart* Ciputra World Surabaya.
- d. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa empati memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi konsumen. *Hypermart* Ciputra World Surabaya sudah memiliki empati yang baik bagi pelanggan. Oleh karena itu, *Hypermart* Ciputra World Surabaya, tetap harus mempertahankan ataupun meningkatkan empati yang lebih baik dari saat ini, yaitu dengan tetap menjaga pemahaman masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, seperti memberikan perhatian secara personal kepada para pelanggan dan memperhatikan kebutuhan para pelanggan dengan sungguh-sungguh.
- e. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa bukti fisik memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi pelanggan. *Hypermart* Ciputra World Surabaya sudah memiliki bukti fisik yang baik bagi pelanggan. Oleh karena itu, *Hypermart* Ciputra World Surabaya,

tetap harus mempertahankan ataupun meningkatkan bukti fisik yang lebih baik dari saat ini, yaitu kebersihan area toko, kerapian penampilan karyawan, dan kecanggihan alat-alat pengendalian barang di toko.

- f. Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, *Hypermart* Ciputra World Surabaya harus mempertahankan dan meningkatkan apa yang membuat pelanggan puas dalam berbelanja disana, seperti memberikan pengalaman yang menyenangkan.

## 2. Penelitian mendatang

Menyadari keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian mendatang diharapkan melakukan penambahan penggunaan variabel seperti kepercayaan (*trust*) yang dinilai juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian mendatang juga sebaiknya menambahkan jumlah sampel agar penelitian menjadi lebih akurat, karena responden dalam penelitian ini cukup kecil sehingga tidak dapat mewakili jumlah keseluruhan penduduk yang ada di Surabaya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aryani, D., dan Rosinta, F., 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No. 2, Mei-Agustus: 114-126.
- Bloomer, J.C., K. Ruyter and M. Wetzels., 1998, On The Relationship Between Perceived Service Quality, Service Loyalty and Switching Cost, *International Journal of Indusry Management*, Vol. 9, Mei: 436-53.
- Dibyantoro., dan Cesimariani, N., 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Haspari Palembang, *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius)*, Vol. 2, No. 2, Mei: 113-131.
- Durianto, Sugiarto, dan T. Sitinjak, 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: BP UNDIP.
- \_\_\_\_\_, 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Kedua., Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gaspersz, V., 2002, *Total Quality Management*, Jakarta: SUN.
- Hadjar, I., 1999, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.C., dan Anderson, R.E., 2010, *Multivariate Data Analysis a Global Perspective*, Seventh Edition, New Jersey: Upper Saddle River.
- Hasan., 2006, Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, April: 1 – 14

- Jones, T., dan Sasser, W.E., 1994, *Marketing*, Second Edition, United States of America: Me Grow Hill Inc.
- Kotler, P., dan Susanto, AB., 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro, M., 2009, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*, Edisi Ketiga, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N.K., 2004, *Marketing Research: An Applied Orientation*, Fourth Edition, New Jersey: Pearson Education Inc.
- \_\_\_\_\_, 2010, *Riset Pemasaran Pendekatan dan Terapan* Jilid Pertama, Terjemahan, Edisi Keempat, Jakarta: Indeks.
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, September: 123–136.
- Reksohadiprodjo, S., 1996, *Organisasi Perusahaan: Teori dan Perilaku*, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Roza, T.A., Lubis, A.R., dan Amir, 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada The Auto Bridal Banda Aceh, *Jurnal Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, Vol. 1, No. 1, Agustus: 1-20
- Sabihaini, 2002, Analisis Konsekuensi Keperilakuan Kualitas Layanan; Suatu Kajian Empirik, *Usahawan*, No.02, Februari: 29-36.
- Sonderlund, M., 1998, Customer Satisfaction and Its Consequences on Customer Behavior Revisited, *International Journal of Service Industries Management*, Vol. 9, No.2: 169-188.
- Tjiptono, F., 1996, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.

- \_\_\_\_\_, 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua., Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_, dan Diana, A., 2001, *Total Quality Manajemen*, Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_, 2005, *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Malang: Bayu Media Publishing.
- \_\_\_\_\_, 2012, *Service Management*, Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C.W., 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu Media Publishing.
- Winarso, K., 2010, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Susu Bayi Menggunakan Service Quality Dan Path Analysis, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 3. No. 3, April: 81-104.
- Wisnalmawati., 2005, Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 3, Mei: 153-165.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling. Belajar lebih mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek.
- <http://rakyatmerdeka.co.id>. Diakses 14 Februari 2013
- <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/260642-hypermart-masih-jadi-andalan-matahari>. Diakses 14 Februari 2013
- <http://wikiindonesia.org/wiki/Hypermart-Indonesia>. Diakses 14 Februari 2013